نموذج ترخيص

أنا الطالبة: وعد أيمن نافع المرادمة أمنح الجامعة الأردنيـــة و/ أو من تفوضه ترخيصاً غير حصري دون مقابل بنشر و / أو استعمال و / أو اســتغلال و / أو ترجمة و / أو تصوير و / أو إعادة إنتاج بأي طريقة كانت سواء ورقية و / أو إلكترونيـــة أو غير ذلك رسالة الماجستير / الدكتوراه المقدمة من قبلي وعنوانها.

اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية - دراسة مقارنة.

وذلك لغايات البحث العلمي و / أو التبادل مع المؤسسات التعليميـــة والجامعـــات و / أو لأي غاية أخرى تراها الجامعة الأردنية مناسبة، وأمنح الجامعة الحق بالترخيص للغير بجميـــع أو بعض ما رخصته لها.

اسم الطالب: وعد أيمن المرادمة

التوقيـــــع: وعد

التاريـــــخ: ١٠/٨/٢٠١٤

اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائيه الرياضية
"دراسة إجتماعية"

إعداد

وعد أيمن المدادحة

المشرف

الأستاذ الدكتور محمّد الدقس

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع

كلية الدراسات العليا

الجامعة الأردنية

آيار، 2014

قرار لجنه المناقشة

نوقشت هذه الرسالة/الأطروحة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية - دراسة اجتماعية) ،وأجيزت بتاريخ ٢٠١٤/٥/٢٦.

أعضاء لجنة المناقشة	التوقيع
الدكتور محمد عبدالمولى الدقس،مشرفا أستاذ-علم الاجتماع	....
الدكتور مجدالدين خيري خمش،عضوا أستاذ-علم الاجتماع	....
الدكتور حلمي خضر ساري، عضوا أستاذ-علم الاجتماع	....
الدكتور فايز عبدالقادر المجالي،عضوا أستاذ-علم الاجتماع (جامعة مؤته)	....

إهداء

إلى الذي وهب من عمره الكثير أطال الله بعمره

أبي الغالي

إلى تلك الشمعة التي تحترق لتنير درب حياتي ....

منبع الدفء والحنان الذي لا ينضب

أمي الغالية

إليهما .... أدعوا

" وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً "

إلى الذين ما فارقت صورهم نفسي ووجداني

أخواني وأخواتي

إليهم جميعاً أهدي ثمرة عملي وصادق محبتي.

شكر وتقدير

أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى جميع أساتذتي في قسم علم الاجتماع وأخص بالذكر الأستاذ الدكتور محمد الدقس على كل ما بذله من جهد في الإشـــراف علـــى رســـالتي لتخرج بصورتها النهائية،فكان نعم المرشد والموجه، راجية من الله العلـــي القـــدير أن تسهم هذه الدراسة بقدر من العلم في مجال التخصص.

الطالبة

وعد المدادحة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية

"دراسة اجتماعية"

إعداد

وعد ايمن المدادحه

المشرف

الأستاذ الدكتور محمد الدقس

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية نحو الفضائيات الرياضية، حيث تم استخدام منهج المسح الاجتماعي، وقد تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية من كلية العلوم التربوية وكلية الآداب، وكانت عينة الدراسة عينة عشوائية مكونة من (200) طالب وطالبة من كليتي العلوم التربوية وكلية الآداب ممن هم في مرحلة البكالوريوس 2012-2013.

وقد تم تصميم استبانة لأغراض جمع بيانات الدراسة بحيث احتوت على أسئلة وفقرات تقيس العلاقة بين متغيرات الدراسة بحيث تكون ملائمة لأغراض الدراسة، وتم جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة، وللإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الإحصاء الوصفي والتحليلي في تحليل نتائج الدراسة، لاستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مجال ولكل فقرة، وكذلك استخدام اختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي (ANOVA).

وأظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب تعزى لمتغير الكلية، فقد كانت الفروقات لصالح طلاب كلية العلوم التربوية، ولم يتضح وجود فروقات ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، واتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، كما ودلت النتائج على وجود اتفاق في وجهات النظر لاتجاهات الطلاب حسب كلية العلوم االتربوية وكلية الآداب تجاه هذه المحاور.

كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، تعزى لمتغير مكان الإقامة، وتبين الاختلاف في وجهات النظر لاتجاهات الطلاب حسب مكان الإقامة، وعند التعرف على وجهات نظرهم حسب

مكان الإقامة كانت الفروقات تتجه نحو الإقامة في المدن، فالطلاب الذين يقطنون المدينة كان إلمامهم بالألعاب الرياضية أكثر من القاطنين في القرى والبوادي والمخيمات.

ومن جهة أخرى، أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في الاتجاهات ، تعزى لمتغير مكان الإقامة، فهناك اختلاف في وجهات النظر للاتجاهات ككل، وعند التعرف على وجهات نظرهم حسب مكان الإقامة كانت الفروقات تتجه نحو المدينة، فالطلاب الذين يقطنون المدينة كان المامهم بالالعاب الرياضية أكثر من القاطنين في القرى والبوادي والمخيمات.

ولم يتضح أية فروقات ذات دلالة احصائية لاتجاهات الطلاب نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، ونحو أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب تعزى لمتغير مكان الإقامة. وبناءاً على نتائج الدراسة توصي الباحثة بما يلي:

- العمل على نشر الوعي والثقافة الرياضية بين الشباب، ومتابعة الرياضة بشكل أكبر وذلك للتخفيف عن الطالب معاناة الدراسة والأعباء الأخرى.
- العمل على انشاء محطات فضائية أخرى ترتقي بدورها ببث ما هو ممتع وشيّق بحسب ما تقوم به محطة الجزيرة الفضائية.
- العمل على بناء قاعة داخل الجامعة الأردنية لبث البرامج الرياضية لتسلية الطلاب في أوقات فراغهم بدلاً من أن يتوجهوا إلى الساحات، وقضاء معظم أوقات الفراغ بالأحاديث ومن شأن ذلك أن يخفف من مشكلة العنف الجامعي الذي يحدث بين الحين والآخر.

الفصل الأول

مدخل الدراسة

1-1 مقدمة:

يعتبر الإعلام احد قنوات الاتصال المهمة في عالمنا المعاصر، وعنصر هام من عناصر ثورة الاتصالات الكبرى، والتي من وسائله المحطات الفضائية التي أصبحت تشكل القوة المهيمنة على تفكير المشاهد، والفعالة في تكوين نمط السلوك للكثير من الشباب في العالم بحسب ما تشير إليه أهم الدراسات العالمية التي تبحث في التأثيرات على سلوك المشاهدين.

فالإعلام يساهم في تكوين اتجاهات الشباب والأطفال بشكل عام، لاسيما الإعلام المرئي، ويحدد كذلك السلوك والأفكار لدى الأفراد، لاسيما في مرحلة المراهقة والشباب ـ فهم المهيئون أكثر من غيرهم، للتقمص او التأثر بالشخصيات التي تظهر على شاشة التلفزيون.

كما يتأثر الشباب بالشخصيات التي تمثل دور البطولة السياسية والاجتماعية والثقافية وعظماء التاريخ، ذلك لأن الشباب ـ من الإناث والذكور ـ في هذه المرحلة هم في طور تكوين الشخصية، وانتقاء المثال الذي يتأثر به.

ومن هنا ندرك أهمية الإعلام في تكوين السلوك العاطفي لدى الشباب والاطفال، والإقدام على تقمص شخصيات أبطال الأفلام والمغامرات، حتى ملابس المغنيات والمغنين والتباهي في ذلك (واكين، 1988).

وبما أننا جزء من العالم الذي أصبح كقرية كما يقول ماكلوهان بحكم وسائل الاتصال الحديثة وثورة المعلومات التي اجتاحت كل قطاعات المجتمع،أصبحت هذه المحطات واقعا مفروضاً على شبابنا قبلنا ام أبينا، وبحكم الصفة التي اطلقت عليها كمحطات شبابية، وبما ان الشباب العربي والاردني بشكل خاص يعيش في مرحلة الازدواجية القيمية فهو متمسك بالقيم بالعادات والتقاليد التي تشبع في نفسه جانب الولاء والانتماء الى الوطن والعشيرة، وبنفس الوقت يرحب بالقيم الغربية التي تعطي لشخصيتة الطابع العصري المتطور، وتكمن المشكلة في مصدر هذه القيم العصرية التي في الأغلب مصدرها وسائل الاعلام المرئية، والمسموعة والانترنت.

وتأتي المحطات الرياضية في مقدمة المحطات الفضائية التي تشهد اقبالا ومشاهدة من قبل الشباب حتى أصبحت ظاهرة واضحة في مجتمعنا، تؤثر على قيم وإتجاهات الأفراد خاصة الشباب (شاكر وشحادة، 2009).

1-2 مشكلة الدراسة:

يرى الكثير من الباحثين والدارسين إن وسائل الإعلام المختلفة تلعب دورا محوريا في تشكيل الوعي الاجتماعي، وتحديد القضايا التي يهتم بها الفرد ويُقبل عليها ويحاول فهمها، واصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد اليومية وتستحوذ على نسبة كبيرة من وقته، فعملية التأثير والتأثر بين المرسل والمستقبل لا تحدث الا بالتعرض لوسائل الاعلام. وقد شهدت السنوات الاخيرة انتشارا واسعا للمحطات الفضائية بشكل عام والفضائيات المتخصصة بشكل خاص. مع ظهور نوعا جديدا من الفضائيات، وهو الفضائيات الرياضية والتي تأخذ على عاتقها بث البرامج الرياضية المتنوعة، وما تحمله من قيم وافكار على مدار الساعة، وبالتالي اصبحت تستقطب الشباب من كلا الجنسين وتستحوذ على اهتمامهم، وتساهم في تشكل اتجاهات الشباب.

ان المتابع للقنوات الرياضية الفضائية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم ونظراً لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظراً لكون الطلبة في المرحلة الجامعية من الشرائح المهمة التي يعول عليها في عملية النهوض بالبلد في جالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد الرياضي، ونظراً للدور الهام الذي تلعبه الفضائيات الرياضية في مساعدة الطلاب على أداء دورهم في المجتمع من خلال عرضها للموضوعات والقضايا التي تهم هذه الشريحة الاجتماعية الهامة، فإن مشكلة الدراسة تتمحور في دراسة اتجاهات الطلاب من طلبة الجامعة الاردنية نحو الفضائيات الرياضية، فتنبع مشكلة الدراسة في الاجابة عن السؤال الرئيسي: **ما اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية نحو الفضائيات الرياضية؟**

1-3 أهمية الدراسة:

شكلت القنوات الفضائية الرياضية خلال السنوات الاخيرة ظاهرة جديدة في الاعلام المرئي، واصبحت تشكل حالة من الجذب والاهتمام خاصة لفئة الشباب لما تقدمه من برامج رياضية متنوعه باسلوب يجذب المشاهد، وغالبية جمهور تلك الفضائيات يكون من فئة الشباب، وتعتبر الفضائيات الرياضية من أحدث وسائل الإعلام في نشر وتنمية الثقافة الرياضية، لما لها من مزايا، إذ تعد من أكثر وسائل الإتصال انتشاراً وأسهلها وأقواها تأثيراً، وذلك لأنها تستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير الرياضية أكثر من الوسائل الأخرى، فهي تنقلك وبنفس الوقت من دولة إلى أخرى ومن حدث رياضي إلى آخر، ولذلك فإننا نجد فئة كبيرة من الجماهير والطلبة يتابعون البرامج الرياضية المختلفة المعروضة من خلال هذه الفضائيات، وعليه لا بد استثمار هذه الفضائيات الرياضية في تثقيف الطلبة كشريحة من شرائح المجتمع المهمة، وزيادة معرفتهم بالثقافة الرياضية والتي من خلالها يتم غرس أفكار

وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي السوي لدى الطلبة وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيه وتوحيد عواطف المواطنين ومشاعرهم خلال المحافل الدولية والعالمية وزرع محبة الوطن في نفوسهم، لذلك فإن دراسة هذه الظاهرة تعد امراً ملحاً نظراً للحضور الكبير الذي تسجله في اوساط الطلبة. من هنا تكمن اهمية الدراسة، والتي تحاول معرفة اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية والذين يمثلوا فئة الشباب نحو هذه الفضائيات الرياضية.

1-4 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى الآتي:

1. التعرف الى اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية.
2. التعرف الى مدى اقبال الطلبة على مشاهدة ومتابعة الفضائيات الرياضية.
3. التعرف الى دوافع الطلبة لمتابعة القنوات الفضائية الرياضية.
4. التعرف الى الفروق الاحصائية بين اتجاهات طلبة الجامعة نحو الفضائيات الرياضية والتي تعزى الى متغيرات الجنس والكلية والمستوى الدراسي ومتوسط الدخل الشهري للاسرة ومكان الاقامة.

1-5 أسئلة الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية :

1. **هل تشاهد المحطات الفضائية الرياضية؟**
2. **كم متوسط عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية؟**
3. **كم عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية الرياضية تحديداً؟**
4. **لماذا تشاهد المحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية الأخرى؟**
5. **ما هي المحطات الفضائية الرياضية التي ترغب بمشاهدتها أكثر؟**
6. **ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية؟**
7. **ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها؟**
8. **ما مدى أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب؟**
9. **ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير الجنس؟**
10. **ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير الكلية؟**
11. **ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير مكان الإقامة؟**

6-1 الدراسات السابقة :

هناك عدة دراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة منها:

- **دراسة أحمد (2002) بعنوان اتجاهات المراهقين نحو الدراما الاجنبية في التلفزيون المصري (دراسة مسحية).**

هدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات المراهقين نحو الدراما الاجنبية وذلك من خلال دراستين احداهما:تحليلية للتعرف على اهم ما تقدمه الدراما الاجنبية من موضوعات وما تعرضه من قيم وسلوكيات،ومثلت عينة الدراسة التحليلة دورة تلفزيونية واحد من 1-4-99 الى 30-6-99 حيث تم تحليل الافلام والمسلسلات التي اذيعت في هذه الدورة على القناة الاولى والثانية والدراسة الثانية تحليلة للتعرف على مدى مشاهدة المراهقين للدراما الاجنبية ونوعها والاسباب التي تدفع المراهقين لمشاهدتها والاوقات التي يشاهدونها واهم القنوات والبرامج التي يفضل المراهقين مشاهدة الدراما الاجنبية وشكلت عينة الدراسة الميدانية 300 فرد من المراهقين بالمرحلة الثانوية وقد خلصت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها:-

1. جاء المضمون البوليسي في المقدمة بنسبة 46% مقابل 41% من المضمون الاجتماعي و7% للخيال العلمي .
2. يشاهد الدراما الاجنبية 93 % من عينة الدراسة .
3. تعتبر الموضوعات والاهتمام بأبطال العمل وتحسين اللغة الانجليزية من اهم الدوافع لمشاهدة الدراما الاجنبية .
4. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الجنس ومشاهدة الدراما الاجنبية.

- دراسة **علي يحيى الحديد** (2003)، بعنوان: " **دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية**"

هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلبة الجامعة الأردنية، ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبانة وزعت على 1135 طالبًا وطالبة من الجامعة الأردنية، يشكلون ما نسبته 3% من طلبة الجامعة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وتم استرجاع (1052) استبانة مكتملة قابلة للتحليل وبذلك بلغت نسبة الاستجابة 93 % استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

وجود دور إيجابي للتلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلاب الجامعة الأردنية. وبلغت اعلى معدلات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجاميع القيم المشكلة لدى

طلاب الجامعة الاردنية مرتبة ترتيبا تنازليا كالتالي :قيم العمل الاجتماعي، القيم الجمالية، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، القيم النظرية، القيم الدينية، القيم الاقتصادية إن أبرز ثلاث قيم إيجابية فردية في منظومة القيم من قبل التلفزيون الأردني لدى طلاب الجامعة الأردنية كانت بداية في القيم السياسية وهي قيمة الانتماء الوطني، وتلتها قيم العمل الاجتماعي في قيمة الدفاع الاجتماعي عن طريق التوعية بعدم الوقوع في الانحرافات والمشاكل الاجتماعية وقيمة المشاركة في اتخاذ القرارات في المجتمع ، تبعها القيم الدينية في قيمة الإيمان بالله تعالى لديهم. وكشفت الدراسة إن منظومة القيم لمشكّلة من خلال التلفزيون الأردني لدى الإناث أعلى منها عند الذكور، والكليات الإنسانية أعلى منها عند طلبة الكّليات العلمية .وطلبة أبناء القرى أعلى منها عند طلبة أبناء البادية، وكانت في أدنى تأثيرها عند أبناء المدن نتيجة لوجود مؤثرات أخرى ناتجة عن الانتشار التكنولوجي في المدن) كالانترنت مثلا .(وأسهم التلفزيون الأردني في تشكيل منظومة القيم لدى طلبة السنة الأولى والخامسة أكثر من غيرهم من باقي السنوات الدراسية، ولدى طلبة البكالوريوس أعلى منها عند طلبة الدراسات العليا.

- دراسة **عزة عبد العظيم** (2006) ، بعنوان **ادراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائيه على اخلاقيات المجتمعات العربية : دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب جامعة الامارات.**

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى ادراك الشباب الجامعي بدولة الامارات لتأثير الفضائيات الغنائيه على اخلاقيات المجتمعات العربية، واجريت على عينة مكونة من (200) مفرده من طلبة قسم الاتصال الجماهيري بجامعة الامارات. وتوصلت الدراسة لنتائج عدة، من اهمها: (19%) من افراد العينة يشاهدون الفضائيات دائما، (54,5%) يشاهدونا احيانا، (2,5) يشاهدونها نادرا، بينما تبلغ نسبة الذين لا يشاهدونها ابدأ (5%).

وتبين الدراسة أن أهم أسباب مشاهدة هذه المحطات ،هي : التسلية (28,35%) ، لا يوجد سبب (23,19%)، لقضاء وقت الفراغ (21,9%)، ولمعرفة الجديد في عالم الاخراج (19%). وقد جاءت القيم الدينية في مقدمة القيم التي يرى الطلبة أنها تتأثر سلبا بالتعرض للفضائيات الغنائيه، ثم القيم : الثقافيه، الاجتماعية والاقتصادية.

ويرى الطلبة أن أكثر السلوكيات تأثيرا بشكل سلبي نتيجة مشاهدة الفضائيات الغنائيه، هي التي تتعلق بالمظهر ، ثم التي تتعلق باللغة، ثم التي تتعلق بطريقة التعامل مع الجنس الاخر.

- دراسة **نديم ربحي الحسن** (2008) ، بعنوان **اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية.**

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية، والى معرفة العادات الاتصالية وانماط المشاهدة،اضافة الى حجم تعرضهم لهذه المحطات.

وتتلخص أبرز النتائج التى توصلت لها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة (MBC1) الكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائيه العربية، تليها : (MBC2) (روتانا) ،(الجزيرة الاخبارية)، و(LBC). وتجدر الاشارة الى أن (الفضائية الأردنية) جاءت بالمرتبة السابعة من ضمن ما يفضل الطلبة للمشاهدة.
- جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة : (الفضائية المصرية) ،(العقارية1) ،(Chatco) ،(الاقتصادية).
- اتفق معظم الطلبة على أن الكليبات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.
- جاء نوع محطات الدراما (المسلسلات و الأفلام)، الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1−2) ساعة يوميا في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع الى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.
- فترة السهرة من (8−11) مساء هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.
- الهدف الأبرز من المشاهدة هو الترفية والتسلية ،ثم قتل الفراغ والملل.

- دراسة شاكر وشحادة (2009)، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، وهدفت الى التعرف على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى، واستخدم الباحثان الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات والتي طبقت على عينة بلغ عددهم (1086) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة ديالى ما عدا كلية التربية الرياضية، وتوصلت الدراسة إن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً إيجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية وكذلك توصلت إلى أن مستوى الثقافة الرياضية لدى متابعي القنوات الفضائية الرياضية لكلا الجنسين متساو تقريباً. وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتوسيع القنوات الفضائية الرياضية ودعمها لتكون واجهة الإعلام العراقي في العالم.

- دراسة الدبوبي وأعمر (2011)، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة اجتماعية تربوية)، هدفت هذه الدراسة الى معرفة اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات، وأثرها في شخصياتهم وآرائهم، والآثار المترتبة لمشاهدتهم لهذه الفضائيات اجتماعياً ونفسياً، فقد تم تحقيق أهداف هذه الدراسة وذلك بإجراء الدراسة على عينة عشوائية من 341 طالب وطالبة من جامعة العلوم التطبيقية عمان / الأردن توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج بينت أثر الفضائيات في قيم الطلبة ومدى تخوفهم من الدور السلبي لها، وأثرها في انحراف الشباب، وتأثيرها في ثقافتهم وسلوكهم داخل الجامعة كما بينت الدراسة مدى وعي الطلبة بأهمية ودور القيم الدينية في حياتهم وضرورة استغلال الفضائيات لنشر الوعي الديني والأهداف التي تسعى هذه الفضائيات الى تحقيقها من خلال مجموعة البرامج والمسلسلات والافلام التي تعرضها، ووعيهم بأثر هذه البرامج في التحصيل الدراسي.

- دراسة شمروخ وكراسنة (2011) دراسة بعنوان دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، وهدفت الدراسة الى التعرف على دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان استبانة مكونة من 26 فقرة، اشتملت على 4 مجالات رئيسية هي: المجال التنافسي، الثقافي، الصحي، الاجتماعي، وأجريت الدراسة على عينة تكونت من (1000) طالب وطالبة من طالبات المرحلة الثانوية لمحافظة اربد، وأظهرت النتائج أن البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تلعب دوراً متوسطاً في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة أنفسهم لتركيزها تركيزاً واضحاً على لعبة كرة القدم، مقارنة بالألعاب الأولمبية وغير الأولمبية الأخرى، وتختلف أراء الطلبة في تقديرهم لدرجة مساعدة البرامج الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لديهم بالشكل المطلوب، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالبرامج الرياضية المقدمة عبر التلفزيون الأردني لتعريف الطالب بالقوانين والأنظمة الرياضية المختلفة.

- دراسة الزيود (2013)، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، واستخدم الباحث الاستبانة التي تشمل على (31) فقرة موزعة على أربع مجالات (المجال المعرفي، الاجتماعي، التربوي، الصحي)، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة اليرموك المقبولين للدراسة في عام (2010-2011) وعام (2011-2012) أي ممن هم الآن على مقاعد الدراسة في السنة الثانية والسنة

الثالثة والبالغ عددهم (15,135) طالباً وطالبة، وبلغت عينة الدراسة (327) طالباً وطالبة من جميع كليات جامعة اليرموك باستثناء طلبة كلية التربية الرياضية، وأظهرت النتائج أن للقنوات الفضائية الرياضية دوراً إيجابياً في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية، وأن المجال الاجتماعي والمعرفي احتلا أعلى المجالات وبدرجة مرتفعة، وتبين من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في المجال المعرفي لنشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الجنس، ولصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات الأخرى. كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) على المجال المعرفي والاجتماعي والمجال التربوي في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة اليرموك تبعاً لمتغير الكلية وذلك لصالح الكليات العلمية، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنوعية برامج القنوات الفضائية الرياضية المقدمة والتركيز على استضافة المحللين والخبراء ولاعبين مميزين في مختلف الأنشطة الرياضية في مجالات الصحة واللياقة البدنية وغيرها من المجالات لتكون الرياضة من الوسائل المهمة في رقي الشعوب.

الدراسات الأجنبية:

- دراسة **الين،روبن (Alan & Rubin,1979)** ،بعنوان "**استخدام الاطفال والمراهقين <u>للتلفزيون</u>**" .

  هدفت هذه الدراسة التعرف على استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون ومدى الاشباع الذي يتحقق من مشاهدتهم للتلفزيون، حيث اجرى الباحثان مقابلات مع مجموعة من الاطفال والمراهقين لمعرفة دوافع استخدامهم للتلفزيون، وما يتحقق لهم من اشباع وخاصة في مجال التعليم. توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها وجود علاقة ارتباطيه ايجابية بين مشاهدة الاطفال والمراهقين المكثفة للتلفزيون، وبين ادراك المضمون التلفزيوني على انه الحقيقة والواقع ، حيث تبين أن الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة يؤمنون بواقعية المضمون التلفزيوني حتى الدرامي منه نتيجة متابعتهم للمضامين التلفزيونية بشكل مكثف وعدم احتكاكهم بالعالم الخارجي بالقدر نفسه.

- دراسة (Urban, 2004)، تم في هذه الدراسة التي قام بها باحث أمريكي مختص بالإعلام لصالح السفارة الأمريكية بأبوظبي استطلاع آراء مجموعة من الشباب من جامعة الامارات المتحدة وغيرها، وقد كانت الدراسة حول القنوات الفضائية المفضلة لديهم، وقد تكونت العينة من 535 شاباً منهم 92% من طلبة جامعة الإمارات بمدينة العين. وقد

توصلت الدراسة إلى أن أكثر المحطات الترفيهية تفضيلاً كانت (أبو ظبي الفضائية). وأما المحطة الإخبارية المفضلة لديهم فهي محطة الجزيرة الفضائية تليها أبو ظبي تليها العربية أما محطة الحرة الاخبارية وقنوات الأخبار الأجنبية (BBC, CNN) فقد جاءت بالمراتب الأخيرة، وأظهرت الدراسة أن الصحف المطبوعة تأتي بالمرتبة الثانية كمصدر للحصول على الأخبار.

- دراسة هيروكو (2005)، بعنوان، استعمال وسائل الإعلام المحلية من قبل طلاب الدراسات العليا الأجانب في المملكة المتحدة، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام وسائل الإعلام المحلية من قبل عائلات الطلاب الذين يعيشون في بريطانيا خلال فترة الدراسة من خلال تحليل المحتوى الإجتماعي الثقافي لنمط حياتهم خلال استعمالهم هذه الوسائل الإعلامية، تضمن البحث مقابلات واستبانة مع 33 عائلة تعيش مع أطفالها من طلبة الدراسات العليا في جامعة ليدز في عام 2005، عكس التحليل ثلاثة أبعاد هي: التحليل السمعي التقليدي مع التركيز على النظرة الثقافية ومفهوم التشتت خارج الوطن، والخبرة الثقافية للطلبة الأجانب في المملكة المتحدة، وقد أشارت النتائج إلى أن الفرق في استعمال وسائل الإعلام من قبل الطلبة الأجانب في بلدهم الأم والمملكة المتحدة يعود سببه إلى النقص في الجماعية المعروفة والطلب المرتفع على السكن الخارجي كطالب، عائلات الطلاب تحاول إيجاد شعور بالاستمرار الثقافي بأنهم في بلدهم الأصلي من خلال استعمال المصادر الإعلامية التوفرة وهذا تأثير بيئة الإعلام التي واجهته في المملكة المتحدة.

1-7 خاتمة وتعقيب

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات الاخرى:

يتضح من مراجعة ومناقشة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة بشكل عام، أن معظم الدراسات السابقة، ركزت على دراسة الآثار التي قد تتركها الدراما الاجنبية، وافلام العنف، وافلام الكرتون على الشباب والاطفال،وتجاهلت البرامج الرياضية المتنوعة. ولم تتناول دور هذه الوسائل في تشكيل منظومة القيم بشقيها الايجابي والسلبي لدى الشباب، ولذلك تتميز هذه الدراسة كونها واحدة من الدراسات الاجتماعية التي تبحث عن دور المحطات الفضائية في تشكيل اتجاهات الشباب وقيمهم الاجتماعية والاقتصادية، والدور الذي تلعبه المحطات الرياضية في تشكيل قيمهم.

وقد تميزت هذه الدراسة في أنها مبينة أهم الآثار التي تؤثر على الشباب في الجامعات الأردنية، من خلال مشاهدتهم للقنوات الرياضية، وهل لديها تأثير على تحصيلهم وقيمهم، كما جاءت ذاكرة أهم سلبيات الإعلام الرياضي وإيجابيته وأهميته بالنسبة للمجتمع والشباب، وأهم النظريات التي درست هذا الموضوع والتي لم تقم بعض الدراسات السابقة من ذكرها.

الفصل الثاني

الاتصال والاتصال الجماهيري

2-1 مفهوم الاتصال

2-2 آلية عملية الاتصال

2-3 مفهوم الاتصال الجماهيري ووظائفه

2-4 وظائف الاتصال الجماهيري

2-5 نظريات التأثير في الاتصال الجماهيري

2-6 عناصر الاتصال الجماهيري

1-2 مفهوم الاتصال

يعتبر الاتصال Communication من "صور النشاط الإنساني، الذي بدأ مع ظهور حاجة الإنسان إلى الآخرين، في تلبية حاجاته الأولية، ودفع المخاطر وتحقيق الأمن والاستقرار". (عبد الحميد والخضري، 1993)

منذ فجر التاريخ لمس البشر ضرورة اتصال بعضهم ببعض، أفرادا كانوا أم جماعات، وتناقلوا الرسائل عن بعد فيما بينهم، سيان كان المرسل والمتلقي مقيمين على تراب موحدة في نطاق المملكة أو الإمبراطورية الواحدة (كما كان الأمر مع الفراعنة والفرس والرومان..)، أم كانوا منتسبين إلى شعب واحد شتته المحن أو طلب الرزق (كما هو حال الفينيقيين والإغريق...، ومن إليهم). (القضاة، 1997)

الاتصال لغة كما ورد في لسان العرب (لابن منظور) يرد إلى "الأصل الثلاثي (وصل) ومنه الفعل (اتصل) أي "وصل الشيء وصلا وصلة، والوصل ضد الهجران، وخلال الفصل، والاتصال هو الوصلة أي ما اتصل بالشيء، ووصله إليه بمعنى أوصله أي أنهاه إليه وأبلغه إياه". (ابن منظور، 1968)

أما الاتصال في اللغة الانجليزية فيعني Communication، وهذه الكلمة مأخوذة من أصل لاتيني من كلمة Communis بمعنى Common وأما الترجمة العربية لها فتشير إلى المعلومات والأفكار المبلغة، والتي تنتقل بين الأطراف من خلال وسائل معينة وبطرق مختلفة، سواء كانت مبلغة بصورة شفوية أو خطية أو سمعية أو بصرية إلى غير ذلك". (مكاوي والسيد، 2003)

لقد ظهرت تعريفات عدة لا يمكن حصرها لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين والمتخصصين في علوم الاتصال، عكست في معظمها أهمية الاتصال ودوره في الحياة الإنسانية ومن هذه المفاهيم ما يلي :

يعرف الباحث "جورج لندربرج George Lindreberg" فيبين أن كلمة الاتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلاقات والرموز، والرموز قد تكون حركات أو صورا أو لغة سلوك ظاهري أو منبه ويسمى "مثيرا"، كما أن السلوك الناتج عن هذا التفاعل قد لا يحدث نتيجة لمجرد التعرض للرمز نفسه، بل لا بد من تهيئة الفرد الذي سيقوم بالاستجابة لنقل المنبه بشكل معين، ووفقا لهذا الرأي يصبح الاتصال جانبا فرعيا للتفاعل أو يدرج تحت التفاعل أي أن الاتصال نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز.

فالاتصال وفق هذا هو عملية تفاعل اجتماعي تهدف إلى تقوية الصلات الاجتماعية في المجتمع عن طريق تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر،التي تؤدي إلى التفاهم والتعاطف والتحابب إلى الكره والتباغض. (أبو عرقوب، 1993).

ويعرف عبد الحميد (1993) الاتصال بأنها العملية الاجتماعية، التي تتم بين أعضاء الجماعة أو المجتمع لتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمعاني، لتحقيق أهداف معينة.

ويحدد (أبو أصبع، 1998) الاتصال بأنها عملية يقوم بها الشخص بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لهدف ما عن طريق الرموز بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش.

ويعرف(سلامة، 2001) الاتصال بأنه عملية تفاعل مشتركة بين طرفين (شخصين أو جماعتين أو مجتمعين) لتبادل فكرة أو خبرة معينة عن طريق وسيلة.

إن الاتصال ضرورة إنسانية واجتماعية ، فحاجة الإنسان للاتصال لا تقل عن حاجته للأمن والغذاء والكساء والمأوى، وبما أن الإنسان كائن اجتماعي اتصالي فانه لا يستطيع العيش في معزل عن المجتمع، فالعزلة تعني العقاب والمرض النفسي أو الانسلاخ عن المجتمع. (أبو عرقوب، 1993)

ومما سبق يمكن القول بأن الاتصال يعتبر عملية اجتماعية لا غنى عنه، فهو حاجة نفسية واجتماعية في طبيعة الإنسان، وأنه عملية تبادلية اتصالية مشتركة، حيث تكون بين طرفين سواء كانا شخصين أو جماعتين أو مجتمعين، ويعتبر عملية اتصال تحتضن في كنفها رسالة، سواء كانت هذه الرسالة معلومات أو آراء أو انطباعات أو رموز.

وتتضمن عملية الاتصال هدفا معينا أو أهدافا معينة، وأنها تسعى إلى تحقيقه، وتتم عملية الاتصال من خلال وسيلة أو قناة، سواء كانت هذه الوسيلة سمعية، أو بصرية، أو سمعية وبصرية معاً.

2-2 عناصر عملية الاتصال

تتكون عملية الاتصال من العناصر التالية (عباس، 1999):

1- **المرسل Sender:** وهو منشئ الرسالة والقائم بها، قد يكون شخصا يتكلم أو يكتب أو يحاضر أو شرطي يؤشر بيديه أو زعيما سياسيا يلقي خطابا أو مؤسسة إعلامية.

2- **الرسالة الإعلامية Message:** وهي كل مادة ذات صفة إعلامية فقد تكون الرسالة على شكل كلمة مطبوعة، أو مكتوبة أو موجات صوتية في الهواء، أو موجات كهربائية في سلك، أو إشارة باليد، أو عبوس في الوجه، أو ابتسامة عريضة أو صفراء، أو مقالة

صحفية، أو أخبار تلفزيونية (صوت + صورة +حركة + لون)، وتعتبر أساس عملية الاتصال.

3- **الوسيلة / القناة Medium / Channel:** هي الأداة التي تنقل الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المستقبل، وقد تكون سمعية كما في الإذاعة أو بصرية كما في المطبوعات من صحف ومجلات وملصقات وصور، أو سمعية / بصرية كما في التلفزيون أو السينما أو الفيديو،وقد تكون الحواس الإنسانية من سمع وبصر وشم وذوق ولمس كما هو الحال في الاتصال الذاتي، ويجب على المرسل أن يختار الوسيلة المناسبة لطبيعة الرسالة والمستقبل والأكثر تأثيرا على المستقبلين أو استعمالا من قبلهم والأقل كلفة.

4- **المستقبل / والجمهور المستهدف Receiver or Target Audience:** وهو هدف عملية الاتصال، قد يكون المستقبل رجلا أو امرأة أو طفلا أو شابا أو عجوزا أو معلما أو طالبا أو عدوا، لذا يجب على رجل الاتصال أن يعرف خصائص المستقبل وطبيعته حتى يتمكن من مخاطبته، وحتى يستحوذ على قلبه وعمله فيستجيب له بسرعة، ويتبنى أهدافه الاتصالية التي تهدف إلى تغيير في معلوماته واتجاهاته وسلوكه (**محمود، 2000**).

5- **الاستجابة : التغذية الراجعة أو رد الفعل Response / Feedback / Reaction** هي مدى قبول الرسالة أو رفضها، هي نعم للرسالة أو لا للرسالة - وقد تكون الاستجابة سريعة أو بطيئة أو متأخرة وقد تكون ايجابية أو سلبية ،وقد تكون الاستجابة على شكل ابتسامة أو عبوس في الوجه، أو كلمة طيبة، أو اتصال هاتفي، أو اتصال على شكل مظاهرة عارمة، أو استسلام للعدو برفع الأيدي والأعلام والرايات، أو انتخاب زعيم لمنصب ما، وقد تكون استجابة أو رد الفعل من جنس الرسالة أو قد تكون على النقيض منها، ولكن الاستجابة الناجحة هي التي تنبثق عن الفهم لمحتوى الرسالة وهدف المرسل، والرسالة هي التي تقرر نوع الاستجابة وكذلك الوسيلة.

التأثير Effect: التأثير هو المحصلة النهائية للاتصال، ويتم تغيير معلومات واتجاهات وسلوك المستقبل بما يتفق وأهداف المرسل.

2-3 مفهوم الاتصال الجماهيري ووظائفه:

يعرف (أبو أصبع ،1998) فيعرف الاتصال الجماهيري بأنه "عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم

بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة مدهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلا، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه".

ويعرف (سلامة، 2001) للاتصال الجماهيري بأنه "الرسائل التي تبث عبر وسيلة اتصال جماهيرية إلى عدد كبير من الناس، وهو بذلك يختلف عن الاتصال الذاتي والشخصي في أنه يتطلب وسيلة جماهيرية مثل التلفزيون والإذاعة والصحف".

ويعرف (بيتر،1980) الاتصال الجماهيري بأنه "عبارة عن رسائل تبث عبر وسيلة اتصال جماهيري Mass Media مثل للصحف، الراديو، التلفزيون، الكتب إلى عدد كبير من الناس".

ومن التعريفات السابقة لمفهوم الاتصال الجماهيري، يمكن أن نقول بأن الاتصال الجماهيري يشتمل على ما يلي:

1. اتصال موجه للجماهير وقادر على التواصل معهم باستخدام أحد وسائله الفعالة.
2. صادر من جهة منظمة ذات اختصاص وذلك حسب نوع وسيلة الاتصال الجماهيرية المستخدمة (مؤسسة إذاعية أو صحيفة أو تلفاز أو وكالة أنباء).
3. يعتبر من أهم أدوات تكوين الرأي العام في المجتمع.
4. يهدف إلى التأثير على معلومات واتجاهات وقيم وسلوك الجماهير.
5. اتصال منظم ومدروس يقوم على إرسال رسائل علنية صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري.

2-4 وظائف الاتصال الجماهيري

إن وظائف الاتصال الجماهيري عديدة وهي التي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة، والبعيدة المدى، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي أو المجتمعي وهذه الوظائف هي: (نصر، 2001)

1. **وظيفة اجتماعية :**

"الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يقوم بنقل معلومات، ويهدف إلى تغيير السلوك الإنساني. فالاتصال أداة فعالة في تكوين العلاقات الإنسانية عن طريق تسهيل تبادل المعلومات بين الناس، والاتصال كذلك عامل مهم في توحيد الأفكار والاتجاهات والعمل على تغيير السلوك الإنساني".

2. **وظيفة سياسية :**

"يسهم الاتصال في التثقيف السياسي، ويسهل كذلك الاتصال بين الحاكم والحكومة، ويوطد العلاقات بين القائد وشعبه، كما انه يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المفروضة".

3. **وظيفة فكرية (دينية) :**

"للاتصال دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية ، فالاتصال مثلا يسهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان". (أبو عرقوب، 1993)

4. **وظيفة التسلية والترفيه :**

"حيث تعمل وسائل الإعلام على تقليل التوتر، وتسهل على الناس التغلب على مشاكل الحياة اليومية، وكسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات". (نجم، 1998)

" إن وظيفة التسلية أساسية لتحقيق بعض الاشباعات النفسية والاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان، ولكم هذا يستدعي أن يكون هنالك توازن بين وظائف الاتصال فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى، كما يلاحظ في برامج معظم المحطات الإذاعية والتلفزيونية العربية".

5. **وظيفة الإعلام والتعليم أي (وظيفة تعليمية) :**

"الإعلام والتعليم تكمل كل منهما الأخرى، فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها المرء في حيته ماديا، أو فكريا، أو اجتماعيا، فان لتعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعا من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي، أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

6. **وظيفة الرقابة :**

تمثل هذه الوظيفة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع وصيانته من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة، ولذا فقد أطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة، أن وظيفة الرقابة والإشراف على البيئة التي – يتم فيها الاتصال – هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لإيجادها، لأنها تمثل عونا لها في كشف أشكال الفساد، التي يمكن أن تحدث، كما أنها تلعب دورا أساسيا للدفاع عن مصالح الناس". (أبو أصبع، 1998).

7. **وظيفة الاستمرارية :**

"وهي تعني التعبير عن الثقافة السائدة، والتعرف على الثقافات الفرعية، وتنمية الثقافات الجديدة، والحفاظ على عمومية القيم والتأكيد عليها". (نجم، 1998)

8. **وظيفة تثقيفية :**

"يقصد بالتثقيف تزويد الأفراد والجماعات بعناصر تعريفية جديدة، والتثقيف بمعناه الواسع المتعارف عليه بتناول النواحي العامة التي تعجز الأساليب الأكاديمية المتبعة في المؤسسات التعليمية عن القيام بها، أو على الأقل فإنها تحجم عنها والتثقيف بهذا المعنى يمكن أن يقوم به الأفراد بأنفسهم، وقد يكون في هذه الحالة أجود وأكثر فاعلية من التثقيف المفروض على الأفراد من الخارج، ولقد أصبح التثقيف مهمة تعريفية لوسائل الاتصال الجماهيرية".

حيث أن الاتصال يتخذ طابعا تعبيريا في الفن والأدب بوجه عام بهدف (التعبير عن المشاعر) أو لتحريك المشاعر أو اتجاهات الشخص المتلقي. (ابو اصبع، 1998)

9. **الوظيفة الاقناعية :**

حين يستهدف الاتصال إقناع المتلقي أو جمهور المستقبلين بفلسفة محددة، أو رأي معين أو وجهة نظر ما، أو دفعة لعمل شئ ما، وهو ما يحدث في الاتصال الاقناعي بوجه عام. (شرف،1980)

10. **وظيفة الإعلان والترويج (وظيفة اقتصادية) :**

"يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، والإعلان هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكالا مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ويقدم الإعلان خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية والوطنية والعالمية، وفي ظل المجتمعات الاستهلاكية غير المصنعة مثل الدول العربية ودول العالم الثالث، فإن له تأثيرات سلبية تتمثل في تشجيع الروح الاستهلاكية وتكوين عادات شرائية ف مجتمعات تستهلك سلعا تستوردها ولا تنتجها، مما يثقل ميزانيات الأفراد وميزانية الدول، وتقوم في الإنفاق على كماليات يمكن الاستغناء عنها". (أبو أصبع، 1998)

11. **وظيفة جمالية :**

حيث تؤثر وسائل الاتصال الجماهيري على مستوى الذوق العام للمجتمع وذلك من خلال نوعية البرامج والمسلسلات التي تعرضها، وبالتالي تسهم في رفع أو هبوط الذوق الأدبي أو الفكري أو الجمالي لدى الأفراد والجماعات في المجتمع، وهنا يجب على وسائل

الاتصال الجماهيرية إنتاج وبث البرامج التي تعمل على ورفع الذوق الجمالي لدى الشباب خاصة والمجتمع عامة.

إن الملاحظ في وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية أنها لا تخلو وظيفة من وظائفها إلا ويوجد بها قيم تعمل على بثها، فإذا أطلعنا على الوظيفة الاجتماعية نجدها تمثل القيم الاجتماعية، وإذا أطلعن على الوظيفة السياسية نجدها تمثل القيم السياسية، وذا اطلعنا على الوظيفة الدينية نجدها تمثل القيم الدينية، وهلم جرا، وهكذا نلاحظ أن وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية تتشكل في جوهرها من قيم سواء كانت هذه القيم ايجابية بناءة أو قيما سلبية هدامة.(نصر،2001)

5-2 نظريات تأثير في الاتصال الجماهيري

في عصرنا، هنالك العديد من وسائل الإعلام تستحوذ على الاهتمام كله، لما لها من قوة التأثير على الأفراد والجماعات والمجتمعات، وأصبحت الرسائل الإعلامية تحاصرنا حيثما نكون مع اختلاف مضامينها، مما جعل لزاما على الباحثين في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية، والنفسية، والإعلامية أن يبحثون في تأثر وسائل الاتصال الجماهيرية". (ابو أصبع، 1998)

وتدور الأبحاث من الناحية التاريخية حول تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية ابتدأت مع مطلع القرن العشرين، وازدهرت في الاربيعينات ولاقت رواجا في الخميسنات والستينات والسبعينات والثمانينات من ذلك القرن، ومازالت تلقى اهتماما أكبر في .. التوجه نحو المزيد من الدراسات للتحقق من التأثيرات على المستويات الكبيرة – العملاقة – مثل تأثيرها على المجتمعات ككل، أو التأثير على المستويات الصغيرة مثل تأثيرها على الأفراد أو الجماعات. (أبو أصبع، 1998)

وهنالك العديد من النظريات التي جاءت مفسر لتأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الأفراد والجماعات نذكر منها:

- نظرية التأثير المباشر (نظرية إطلاق الرصاصة) The Build Theory

وهي نظرية تنظر إلى الجماهير باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر فيهم بمجرد حقنهم بالرسائل الاتصالية ليضمن لهم الاستجابة الفورية، وقد سادت هذه المعرفة خلال العقود الأولى من القرن العشرين، وترى هذه النظرية أن لوسائل الاتصال الجماهيري نفوذا وقدرة على إحداث التأثير بصورة مباشرة، على أساس أن الرسالة الاتصالية تشكل عنصرا

قويا في ذلك التأثير، لذا فإن العمل الاتصالي اتخذ صيغة إرسال الرسائل أولا، وكان إرسال الرسائل هو العملية الاتصالية في مجملها. (الهاشمي، 2004)

- نظرية التأثير المحدود Limited Effects

تكمن هذه النظرية في التوصل إلى فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين، بمعنى ن المعلومات تنتقل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ومنهم تنتقل إلى الآخرين، و قوة وسائل الإعلام وتأثيرها يجب أن ينظر إليها دوما من خلال العمليات الانتقائية، وان العمليات الانتقائية، وهذه العمليات تكون عوامل وسيطة في عملية الاتصال وتتمثل فيما يلي : (أبو أصبع، 2005)

أ- التعرض الانتقائي : يتمثل بانتقاء الناس لما يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون، إذ يميل الناس للتعرض للاتصال الجماهيري الذي يتوافق مع أفكارهم واهتماماتهم، ويتجنبون المواد التي لا يتعاطفون معها.

ب-الإدراك والتفسير الانتقائي: يتمثل ذلك بأن لناس يدركون ويفسرون الرسائل الإعلامية وفقا لذواتهم ومصالحهم، إذ أن الرسالة الإعلامية محكومة بما يريد المرء أن يدركه، أو بفائدة الرسائل الإعلامية له، أو بتوقعاته للجزاء الاجتماعي أو المادي نتيجة لتصوراته؟

ج- التذكر الانتقائي: يرتبط بالعملية السابقة فالمرء يتذكر ما يتصوره أو يجب تصوره أكثر من تذكره ما لا يرغب أو لا يحبه.

ووسائل الاتصال لا تعمل كسبب للتأثير على الجمهور ولكنها تعمل من خل عوامل ومؤثرات وسيطة مترابطة، وهذه العوامل تجعل وسائل الاتصال عاملا مساعدا في التأثير وليس السبب الوحيد فيه. (أبو أصبع، 2005)

ويندرج تحت هذه المعرفية :

1- نموذج تدفق (انتقال) الاتصال على مرحلتين.

2- نموذج انتشار المبتكرات، وهو نموذج (تدفق الاتصال على عدة مراحل).

- نظرية التأثير المعتدل Moderate Effects Theory

تشكلت المعرفية في السبعينات من القرن العشرين، وتتميز هذه المعرفية عن نظرية التأثير المحدود بأن الثانية تنسب للاتصال الجماهيري تأثيرات عاجلة، بينما تنسب الأولى له تأثيرات تراكمية آجلة.

وأوضحت المعرفية المعتدلة لوسائل الإعلام جوانب متعددة من بينها القول بأنه على الرغم من أن التعرض انتقائي، إلا أن هناك نسبة غير قليلة من الجمهور ليست ميالة إلى التعرض لما هو متوافق مع اتجاهاتها السابقة .

لذا فالأفراد يتعرضون أيضا لما يلبي فضولهم، ويرضى حب الاستطلاع لديهم، ويوفر لهم المتعة أو يحقق مصلحة ذاتية، أو يقتل الفراغ عندهم، كما أن الرغبة في الاطلاع على وجهة النظر المخالفة تعد هي الأخرى حافزا للتعرض لما هو مخالف للاتجاهات الفرد". (الهاشمي، 2004)

- نظرية التأثير الفعال The Power Effects Theory

تبين هذه النظرية أن لوسائل الاتصال الجماهيري قوة كبيرة في إحداث التأثير عند استخدامها بطرق منظمة ومحكمة، ونجد أن بعض الباحثين رأوا ان المبادئ الأساسية لتحقيق التأثير القوي لوسائل الإعلام تتمثل فيما يلي : (الهاشمي، 2004)

1- إعادة الرسائل الإعلامية على مدى زمني معين "التكرار".

2- التركيز على جمهور معين تستهدفه الرسالة الإعلامية.

3- تحديد الأهداف بعناية لكي يقوم القائم بالاتصال بإنتاج رسائل منسجمة مع هذه الأهداف.

وبهذا الصدد كتبت "اليزابت نوبل نبيومان" بحثها الموسوم "العودة إلى قوة وسائل الإعلام" والتي حددت اعتبارات ثلاثة هامة لتأثير وسائل الإعلام هي : (الهاشمي، 2004)

- تراكم رسائل وسائل الإعلام بتكرارها : ينتج عن هذا التكرار على امتداد الزمن توجه إلى تعزيز تأثيرها".
- شمولية وسائل الإعلام: فهي تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان وحيث يتواجد، وتهيمن على بيئة المعلومات، ولذا فإن شموليتها لا تمكن المرء من الهروب من رسائلها.
- الانسجام "التوافق" : ويعني أن "بين القائمين بالاتصال" اتفاقا وانسجاما مع مؤسساتهم، ويتمثل ذلك في توجهاتهم المنسجمة مع فكر مؤسساتهم، وبالتالي تكون الرسائل الإعلامية، وبالتالي تخلق تأثيرا كبيرا على الجمهور.

إن الملاحظ في هذه النظريات أن بعضها صدرت في النصف الثاني من القرن العشرين المنصرم، وبعضها لم يصمد طويلا لأنها كانت تتعامل مع ظروف وبيئات سياسية واجتماعية واقتصادية في ذلك الوقت.

وان النظريات المقترحة في هذا المجال عديدة، وليس من غايات الباحث ان يصدر حكما شخصيا بتفضيل نظرية على أخرى، لأن مثل هذا الحكم الشخصي يعتبر انتهاكا للبحث العلمي.

ومن هنا يتضح أن الأقوى في التأثير من نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور المتلقي هي نظرية التأثير الفعال Powerful Effects Theory على الأفراد والجماعات في المجتمع، مع احترام خصوصيات النظريات الأخرى.

ويرى الخبير العربي في الإعلام الاجتماعي الدكتور حلمي ساري أن الإعلام تحول إلى سلاح فاعل، ومساند قوي جدا لرواد التغيير السياسي، ومولد حقيقي للوعي الاجتماعي والسياسي والاقتصادي عند الشعوب.

ووصف هذا النوع من التواصل الإعلامي بأنه "أحدث أشكال العولمة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة"، مؤكدا الحاجة إلى دراسته دراسة تحليلية معمقة، معتبرا أن نظرية "حارس البوابة" المعروفة في الإعلام سقطت، فلم يعد هناك حاجة إلى غربلة الأخبار وتحريرها وخضوعها لمقص الرقيب لتتوافق مع فكر الأنظمة السياسية.

وأشار إلى أن "الإعلام الشعبي" تحول إلى "فيروس إلكتروني"، يتسرب عبر الحدود من دون رقابة الحقيقة، داعيا الأنظمة والشعوب إلى التعامل معها بجدية والتكيف معها بدلا من حجبها أو منع شعوبها من الوصول إليها (ساري، 2011).

الفصل الثالث

الاتجاهات

3-1 مفهوم الاتجاهات

3-2 مكونات الاتجاهات وتكوينها

3-3 علاقة الاتجاهات بالسلوك الإنساني

3-4 طرق تغيير الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها

3-5 الاتجاهات والقيم

3-6 خصائص الاتجاهات النفسية والاجتماعية

3-7 وظائف الاتجاهات

3-8 أنواع الاتجاهات

1-3 مفهوم الاتجاهات

لم يصل علماء النفس إلى تعريف موحد لماهية الاتجاهات (Martin, 1976). فلقد أورد طلعت حسن عبد الرحيم التعريفات التالية للاتجاهات (عبد الرحيم، 1988) :

تعريف إنستازي (Anastasi): إن الاتجاه كثيراً ما يعرف بأنه ميل للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي تجاه مجموعة خاصة من المثيرات.

تعريف ثيرسون (Thurstone) : إن الاتجاه النفسي هو تعميم لاستجابات الفرد تعميماً يدفع بسلوكه بعيداً أو قريباً من مدرك معين.

تعريف بورنج و لانجفيلد (Boring & Langfield): الاتجاه هو الحالة العقلية الانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

تعريف كرتشن و آخرين (Krech, etal).

الاتجاه هو تنظيم مستمر للعمليات الانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

ومن هذه التعريفات يخلص عبد الرحيم إلى أن الاتجاه كظاهرة سيكولوجية هو استعداد أو نزعة للاستجابة بشكل معين إزاء مثيرات أو مواقف معينة، وهذا الاستعداد – إما وقتي أو ذو استمرار – يتكون بالخبرة نتيجة احتكاك الفرد ببيئته و هو يوجه الفرد بالنسبة للمواقف و الأشياء التي هي موضوع الاتجاه.

ويرى حامد زهران أن "الاتجاه تكوين فرضي أو متغير كامن (يقع فيما بين المثير والاستجابة) وهو عبارة عن استعدادا نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو أشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة " (زهران، 1984).

ويرى صفوت زين العابدين إن الاتجاه النفسي باعتباره مفهوم أو تكوين فرضي يشير إلى توجه ثابت أو تنظيم مستقر إلى حد ما لمشاعر الفرد ومعارفه واستعداده للقيام بأعمال معينة نحو أي موضوع من موضوعات التفكير عينية كانت أو مجردة ويتمثل في درجات من القبول والرفض لهذا الموضوع يمكن التعبير عنه لفظيا أو أدائيا. (زين العابدين، 1994).

2-3 مكونات الاتجاهات وتكوينها:

هنالك ثلاث مكونات للاتجاهات: **(وجدانية ومعرفية وسلوكية)، وفيما يلي تفصيلها.**

- **المكون الوجداني:** يتألف الاتجاه من تقويمات الفرد (مشاعره، استجاباته العاطفية) الإيجابية أو السلبية نحو شيء ما أو شخص ما. فمثلاً "حب" الفرد للطبيعة ووصفه لمشاعره الإيجابية نحوها يعد المكون الوجداني نحو الطبيعة.
- **المكون المعرفي:** يتعلق بمعلومات الفرد ومعتقداته عن موضوع الاتجاه، أو معرفته بالوقائع حوله. وتعد معرفة الفرد واعتقاده في قيمة البيئة الطبيعية ومواردها وأهميتها ومعرفته بالوقائع المتعلقة بالمخاطر الطبيعية بمثابة مثال للمكون المعرفي لاتجاهه نحو الطبيعة.
- **المكون السلوكي:** وهذا يتعلق بالسلوك الذي يقوم به الفرد، ويتعلق بموضوعه، حيث يشمل السلوك الظاهر للفرد الموجه نحو موضوع الاتجاه. ومن الأمثلة على ذلك عدم قطع الأزهار والمحافظة على المساحات الخضراء والإبقاء على برية الأماكن الطبيعية الخلوية أمثلة للمكونة السلوكي للاتجاه نحو الطبيعة. (سلامة،2001).

تكوين الاتجاهات:

يوجد العديد من المصادر التي تسهم وتساعد في إكساب الفرد اتجاهات معينة، وهي التي أشار إليه جوردون ألبورت فيما يلي:

1- **البيئة:** حيث أن الآراء ووجهات النظر والتصرفات والمواقف والمعتقدات التي يتمسك بها الكبار ويبدونها حيال القضايا المختلفة تسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات الفرد بطريقة شعورية أو لا شعورية. فالاتجاه المضاد نحو التعصب أو الكذب والاتجاه نحو التسامح أو الصدق مثلاً كلها اتجاهات يمكن للبيئة الاجتماعية –ممثلة في الكبار المحيطين بالفرد والذين لهم قدرة التأثير عليه– أن تسهم في اكتسابه أو عدم اكتسابه لها.

2- **الخبرات الانفعالية الصادمة:** وهي الخبرات التي تهز وجدان الفرد وتشحنه بشحنة انفعالية قوية توجه سلوكه على نحو معين. فالفرد الذي تعود الاستحمام في مياه ملوثة ثم أصيب بالبلهارسيا وعانى ويلاتها ومضاعفاتها، يمكن أن يكتسب اتجاهًا مضادًّا نحو الاستحمام في مثل هذه المياه الملوثة.

3- **تكرار استجابات معينة:** فإذا ما تكررت استجابات الفرد إزاء شيء معين فإن هذا التكرار يعمق من استجاباته ويكامل بينها على نحو يكون لديه اتجاه معين إزاء ذلك الشيء. **(سلامة،2001).**

3-3 علاقة الاتجاهات بالسلوك الإنساني:

تعد طبيعة العلاقة بين الاتجاه والسلوك مشكلة تقليدية في البحوث النفسية الاجتماعية. فالاتجاه الإيجابي أو السلبي للشخص نحو قضية ما لا يعني بالضرورة أن سلوكه العملي سوف يتسق تمامًا مع هذا الاتجاه الذي عبر عنه ففي بعض الأحيان يمكن أن تتنبأ الاتجاهات بالسلوك الظاهر بينما لا تستطيع القيام بهذه المهمة في أحيان أخرى. وقد اقترحت الدراسات المبكرة في هذا الصدد أن الاتجاهات تعد منبئات ضعيفة بالسلوك الإنساني، بينما أشارت الدراسات الحديثة إلى أن الاتجاهات فيما يبدو تستطيع التأثير بقوة على السلوك الظاهر. **(فهمي، 1999).**

ويشير **جابر وآخرون (1991)** إلى أن هناك عدة عوامل تؤثر في العلاقة بين اتجاهات الفرد وسلوكياته، ولعل أهمها ما يلي:

1- **قوة الاتجاه:** هي قوة الارتباط بين موضوع أو هدف الاتجاه ومكونات الاتجاه المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكلما ازدادت هذه الروابط قوة أصبحت علاقة الاتجاهات بالسلوك لصيقة.

2- **نوعية الاتجاه:** ويرتبط بدرجة تركيز الاتجاه على موضوع معين للاتجاه في مقابل الاتجاهات العامة، وارتفاع نوعية الاتجاه وارتباطه بموضوع محدد يقوي العلاقة بينه وبين السلوك الظاهر.

3- **مدى اتصال الاتجاه بحياة الفرد:** أي درجة تأثير مكونات الاتجاه السلوكية على حياة الفرد، وكلما ازدادت هذه الصلة قويت العلاقة بين الاتجاه والسلوك.

ومن ثم تعد كل من قوة الاتجاه، وارتباطه بموضوع محدد، وكونه وثيق الصلة بحياة الفرد؛ من المحددات المهمة التي قد تكفل تأثير الاتجاه على السلوك الإنساني.

4-3 طرق تغيير الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها:

نظراً للثبات النسبي للاتجاهات فإن تعديلها أو تغييرها ليس بالأمر الهين، وربما يرجع ذلك إلى أن الاتجاهات ترتبط بشخصية الفرد وحاجاته ومفهومه عن ذاته ومعرفته بموضوع الاتجاه. ومن ثم فهي تنمو بمرور الزمن لتصبح إحدى مكونات شخصية الفرد الأساسية. كما أن المعاني أو الارتباطات الموجبة أو السالبة لدى الفرد إزاء شيء معين قد تكون ذات جذور عميقة في فكره ووجدانه، ومن ثم يصعب تغييرها. (إبراهيم، 1985)، (الدسوقي، 2004).

كما يشير **(الهاشمي، 2004)** بأنه عندما يكون هناك سعي ومحاولة لتغيير اتجاهات الأفراد في بيئة معينة، ومهما كانت الأساليب التي يمكن إتباعها في محاولة التغيير، فإنه ينبغي التنبه إلى عدد من العوامل التي تؤثر في عملية تغيير الاتجاهات، منها:

1- **مدى الثقة في مصدر الرسالة الموجهة إلى الأفراد.** ويقصد بذلك الشخص الذي يقوم بتبليغ الأفراد بفكرة معينة، فهل هو شخص خبير في المجال الذي يتكلم عنه، وله خبرات أو مر في أحداث يمكن الاعتداد بها عند الحديث في الموضوع، وهل يتحدث من أجل مصلحة شخصية لذاته أم يهدف لتحقيق مصلحة عامة لمن يستمعون إليه.

2- **مدى التوتر الذي تثيره الرسالة الموجهة إلى الأفراد.** ويقصد بذلك أن أي إعلان أو تبليغ للأفراد يمكن أن يثير لديهم قدرًا من الخوف أو التوتر الذي يؤدي لتقليل الدافع إزاء سلوك معين، ويساعد على تغيير الاتجاه لديهم، إلا أن الإفراط في استثارة النواحي الانفعالية يمكن أن يؤدي إلى نتيجة عكسية مثل الإصرار على أداء السلوك غير المرغوب.

3- **نوعية الأفراد الذين توجه إليهم الرسالة المتعلقة بتغيير الاتجاهات نحو البيئة.** حيث يختلف الأفراد بطبيعة الحال اختلافات بيئية في خبراتهم وما يتوفر لديهم من معلومات حول موضوع الرسالة والطريقة المناسبة لمخاطبتهم، والعلاقات الاجتماعية التي تربط بينهم، ودرجات التأثير المتبادلة بينهم كأفراد وكجماعات صغيرة تكون جماعة أكبر.

4- **مدى الاتفاق بين المعايير الاجتماعية السائدة والاتجاهات المطلوب تغييرها**، ذلك أن الفرد قد يغير من اتجاهاته ليس بسبب اقتناعه الشخصي بضرورة هذا التغيير بل لأن السائد في مجتمعه يتطلب منه هذا التغيير.

5- **مدى التوازن الذي يستطيع الفرد أن يحققه لذاته** من الآراء التي تكون متعارضة عن طريق الرسائل والتبليغات المختلفة والموجهة إليه والتي تستهدف تغيير اتجاهاته نحو أمر معين. ذلك أن الفرد عندما يتعرض لآراء قد تبدو له متعارضة أو قد ينشب بسببها نوع من الصراع فإنه من الطبيعي أن يتوجه نحو التخلص من هذا التعارض أو نحو تقليل هذا الصراع والوصول إلى حالة من الانسجام الذهني أو التوازن الذي يوجه سلوكه.

وبصفة عامة فإنه يجب المزج والأخذ بالأسلوبين معاً واستخدام التبليغات والرسائل الموجهة بوسائل مختلفة، وفي نفس الوقت استخدام الحوافز والمكافآت والعقاب حيث إن استخدامها في وقت واحد يؤدي إلى التكامل والتفاعل بينهما بحيث يساعد على تغيير الاتجاهات البيئية بشكل إيجابي وفعال.

ويشير كل من **الدسوقي (2004)** وكذلك **سالم (1993)** إلى أن هناك بعض الطرق والوسائل التي يمكن بها إحداث تغيير في الاتجاهات، والتي يمكن توضيحها فيما يلي:

1- **التعزيز اللفظي:**

فتشجيع الفرد أو مكافأته عندما يعبر عن اتجاه مرغوب فيه يؤدي إلى تأصيل هذا الاتجاه لديه وترسيخه.

2- **التزود بمعلومات جديدة:**

حيث أن معرفة الأفراد لمعلومات جديدة تتعلق بموقفهم من شيء معين يمكن أن تسهم في تعديل اتجاهاتهم إزاء هذا الشيء.

3- **إدخال عامل القلق أو الخوف:**

في بعض الحالات يمكن أن تؤدي إثارة القليل من القلق أو الخوف إلى تغيير اتجاهات الأفراد لا يستطيعون مواجهتها. أما في حالة ما يكون القلق أو الخوف قويًّا وتكون قدرة الشخص على مواجهتها قوية فإن الاتجاهات لا تتغير.

4- **فهم الدواعي السيكولوجية للتمسك باتجاهات معينة:**

فالوقوف على هذه الدواعي وإدراكها يمكن من توجيه الجهود لتغيير هذه الاتجاهات على النحو المرغوب فيه.

5- **تغيير عوامل معينة مرتبطة بالاتجاه:**

فالفرد مثلاً لديه اتجاه مضاد نحو اشتغال المرأة بالعمل لما تتعرض له من صعوبات أو مهانات في بعض الأحيان، يمكن أن يغير رأيه إذا ما تغيرت الظروف المحيطة بعمل المرأة وجعلته أكثر يسرًا واحترامًا.

6- **وجود القدوة والمثل:**

إن وجود القدوة وضرب المثال من جانب الكبار يمكن أن يسهم في إكساب الصغار اتجاهات مرغوب فيها.

7- **الممارسة:**

فالاشتراك المباشر في عمل ما يمكن أن يؤدي إلى تغيير في الاتجاه، فمثلاً التلميذ الذي يشارك في تنظيف فناء مدرسته يمكن أن تتغير اتجاهاته من اللامبالاة بهذا الأمر إلى المحافظة على نظافة هذا الفناء.

5-3 الاتجاهات والقيم

يمكن القول أن الفرق بين القيم والاتجاهات هو الفرق بين العام (القيمة) وبين الخاص (الاتجاه) حيث تمثل القيمة محددات اتجاهات الفرد، فالقيم تجريدات أو تعميمات تتضح أو تكشف عن نفسها من خلال تعبير الأفراد عن اتجاهاته نحو موضوعات محددة ومعنى هذا إن مفهوم القيمة أعم وأشمل من مفهوم الاتجاه، وأن القيم تقدم المضمون للاتجاهات فالقيم ينقصها موضوعا محدد تنصب عليه بعكس الاتجاه الذي يرتبط دائما بموضوع محدد فإذا كان لدى الفرد آلاف من الاتجاهات فان لديه العشرات فقط من القيم، لن القيمة تشمل مجموعة من الاتجاهات المرتبطة فيما بينها.

وتختلف القيم عن الاتجاهات في أنها تتعلق باعتقاد واحد بينما الاتجاه هو تنظيم ثابت نسبيا لعدة معتقدات. وتدور الاتجاهات حول موضوعات أو موافق أكثر تحددا بنما تضع القيم قواعد ومعايير عامة للسلوك (فهيم، 1988).

وتتفق القيم مع الاتجاهات في :

- إنها تتكون من حالات دافعية وإدراكية توجه السلوك.
- إنها مكتسبة يتعلمها الشخص في عملية التطبيع الاجتماعي.

وتختلف القيم أيضا مع الاتجاهات في :

- إن الشخص يحمل من القيم أقل بكثير ما يحمل من الاتجاهات.
- إن القيم تتصل اتصالا وثيقا بالثقافة وقد ينظر إلى الثقافة على أنها مجموعة قيم أما الاتجاهات فلا ترتبط مثل هذا الارتباط الوثيق بالثقافة وقد يختلف أبناء الثقافة الواحدة في اتجاهاتهم.
- القيم أقل تأثيرا بالظروف الموقفية وأقل عرضة للتغير ويؤدي ذلك إلى وجود درجة من التشابه بين الأشخاص الذين يعيشون في ثقافة واحدة فيما يختص بترتيب القيم عندهم. لكن الاتجاهات تتغير ولذلك تختلف من جماعة إلى جماعة ومن شخص لشخص من أبناء الثقافة الواحدة (فهمي، 1999).

6-3 خصائص الاتجاهات النفسية والاجتماعية :

يلخص "صفوت زين العابدين" أهم خصائص الاتجاهات النفسية والاجتماعية فيما يلي: (زين العابدين، 1994)

1- أن الاتجاهات مكتسبة وليست فطرية أي يكتسبها الفرد خلال حياته نتيجة لما يتعرض له من خبرات عديدة.
2- أن الاتجاهات لا تتكون في فراغ وإنما تتكون نحو موضوعات مجسدة في أشخاص أو أشياء أو نظم معينة.
3- إن الاتجاه النفسي لا يتكون بالنسبة للحقائق الثابتة بل يكون دائما حول موضوعات مثيرة للجدل أو النقاش أو موضوع خلال في الرأي.
4- الاتجاهات دينامكية بمعنى أنها قابلة للتغير.

وبالإضافة إلى ما سبق ذكره د. حامد زهران بعض الخصائص الأخرى للاتجاهات النفسية والاجتماعية نوجزها فيما يلي : (زهران، 1984) :

1- الاتجاهات تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية ويشترك عدد من الأفراد أو الجماعات فيها.
2- الاتجاهات تتعدد وتختلف حسب المثيرات التي ترتبط بها.
3- الاتجاهات لها خصائص انفعالية.
4- الاتجاهات توضح وجود علاقة بالفرد وموضوع الاتجاه.

5- الاتجاه يتمثل فيما بين استجابات الفرد للمثيرات الاجتماعية من اتساق واتفاق يسمح بالتنبؤ باستجابة الفرد لبعض المثيرات الاجتماعية المعينة.

6- الاتجاه يقع دائما بين طريفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.

7- الاتجاه يغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعة من حيث محتواه.

7-3 وظائف الاتجاهات :

تلعب الاتجاهات أدوارا هامة في تحديد سلوكنا فهي تؤثر مثلا في أحكامنا وإدراكنا للآخرين وهي أيضا تؤثر على سرعة وكفاءة تعلمنا وتساعد في تحديد الجماعات التي ترتبط بها والمهن التي تختارها بل وحتى الفلسفة التي نعيش بها ولذا يجب أن نعرض لأهم الوظائف التي تقدمها الاتجاهات النفسية والاجتماعية للفرد ونوجزها فيما يلي :

- إن الاتجاهات تيسر للفرد القدرة على أن يتعامل مع المواقف السيكولوجية المتعددة على نحو مطرد متسق يجمع ما لديه من خبرات متنوعة (سلامة، 2001)
- تساعد الإنسان على أن يبلغ أهدافه المحددة النوعية وعلى أن يدافع عن فكرته عن نفسه من هجمات الآخرين وانتقاداتهم.
- تساعد الفرد على التكيف مع الحياة الواقعية كما تساعده على التكيف الاجتماعية وذلك عن طريق قبول الفرد للاتجاهات التي تعتنقها الجماعة فيشاركهم فيها ومن ثم يشعر بالجانب معهم. (عبد الرحمن العيسوي، 1997)
- تعمل على إشباع كثير من الدوافع والحاجات النفسية والاجتماعية..
- تقوم بوظيفة الدفاع عن الأنا لذ أنها تحمي الفرد من المنبهات الخطرة كما أنها تشبع الفرد انفعاليا. (الأشول، 1999)
- والاتجاهات تضفي على إدراك الفرد ونشاطه اليومي معنى ودلالة ومغذى كما أنها تكسب شخصية الفرد دوام اتصالاتها بمؤثراتها وتساعد الفرد في محاولته لتحقيق أهدافه.

وقد أضاف د. حامد زهران عدة وظائف أخرى نوجزها فيما يلي : (زهران، 1984)

- الاتجاه ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.

- الاتجاهات تنعكس في سلوك الفرد وفي أقواله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين في الجماعات المختلفة في الثقافة التي يعيش فيها.
- الاتجاهات تيسر للفرد القدرة على السلوك واتخاذ القرارات في المواقف النفسية المتعددة في شيء من الاتساق والتوحيد دون تردد أو تفكير في كل موقف في كل مرة تفكيرا مستقلا.
- الاتجاهات تبلور وتوضح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي.
- الاتجاه يوجه استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة.
- الاتجاه يحمل الفرد على أن يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية.
- الاتجاهات المعلنة تعبر عن انصياع الفرد لما يسود مجتمعة من معايير وقيم ومعتقدات.

8-3 أنواع الاتجاهات

يمكن لنا أن نتعرف على عدة أنواع ن الاتجاهات النفسية وذلك من الناحية الوصيفة التي تساعدنا على التمييز بين اتجاه واتجاه آخر وهذه الأنواع هي (الحفيف، 1994):

1. **الاتجاه العام والاتجاه النوعي :**

أ. **الاتجاه العام:** هو الاتجاه الذي ينصب على كلية الموضوع بغض النظر عن كونه سالبا أم موجبا، والاتجاه العام على ذلك يصبح ذلك الاتجاه الذي يلون سلوك الفرد تجاه المدرك ككل سواء تناول ذلك عناصر هذا المدرك بالتفاصيل أم لا. فاتجاه الفرد نحو بلد معين سواء كان مع أو ضد هذا المدرك عندما يتناول شعب هذا البلد و المساكن التي فيها ومواصلاتها وجوها الطبيعي ونظامها السياسي مثلا يصبح هذا الاتجاه اتجاهات عاما غير نوعي، متميز الاتجاه العام بأنه أكثر ثباتا من الاتجاه النوعي.

ب. **الاتجاه النوعي :** هو الذي ينصب على جزء من تفاصيل الموضوع أو المدرك دون جزء آخرون فاتجاه الرجل نحو لون شعر المرأة فقط حيث يعجب بالشعر الأسود مثلا فنجد أن لاتجاه الموجب للرجل نحو الشعر الأسود لا علاقة له بكل المدرك وهو المرأة كمدرك كلي.

2. الاتجاه الفردي والاتجاه الجماعي:

الاتجاه الفردي هو ذلك الاتجاه الذي يؤكده فرد واحد من أفارد الجماعة وذلك من ناحية النوع أو الدرجة أو الاتجاه، ومع ذلك إن الفرد إذا تكون عنده اتجاه خاص نحو مدرك يهمه هو دون غيره من أفراد الجماعة فانه يمكن تسمية هذا الاتجاه فرديا.

وإذا كان هناك مدرك في مجال الجماعة يهم بعض الأفراد ولكن كل منهم كون اتجاها نحو هذا المدرك مختلفا من حيث الاتجاه أيا سالب أو موجب ومن حيث الدرجة حيث يختلف عمق هذه السلبية أو الايجابية فان نسمي مثل هذا الاتجاه اتجاها فرديا.

أم الاتجاه الجمعي فهو ذلك الاتجاه الذي يشترك فيه عدد كبير من أعضاء الجماعة. مثل إعجابهم ببطل من أبطال الرياضة أو احد نجوم السينما ويكون الاشتراك في هذا الاتجاه من حيث النوع و الاتجاه. حيث يتميز بأن هذا العدد الكبير من الناس له اتجاه موجب نحو هذا البطل ولكن لا مانع من أن يخلف هؤلاء الناس في اتجاههم الموجب هذا من حيث الشدة أو الدرجة.

3. الاتجاه العلني والاتجاه السري:

الاتجاه العلني : هو الاتجاه الذي يستطيع الفرد إظهاره دون حرج أو تحفظ حيث يسلك بما يمليه عليه مثل هذا الاتجاه الذي غالبا ما يكون متفقا مع معايير الجماعة ونظمها وما يسودها من قيم و ضغوط اجتماعية مختلفة، ومثل هذا الاتجاه غلبا مما يكون متوسط الحدة لأنه ليس هناك من الضغوط ما يحاول كبته وإيقافه ومنع الفرد ن أن يسلك بناء عليه.

الاتجاه السري : هو الاتجاه الذي يحرص الفرد على إخفائه في قراره نفسه بل يميل إلى إنكاره يصوره ظاهرية ولا يسلك بم يمليه عليه مثل هذه الاتجاه وغالبا ما يكون هذا الاتجاه غير منسجم مع قوانين الجماعة ونظمها وقيمها وما فيها من ضغوط ومعايير.

4. الاتجاه الموجب والاتجاه السالب:

يسمى الاتجاه السالب الذي ينجو بالفرد قريبا من الموضوع اتجاها موجبا وإذا كان الاتجاه ينحنو بالفرد بعيدا عن الموضوع فإننا نسميه اتجاها سالبا.

5. الاتجاه القوي والاتجاه الضعيف

القوة والضعف تميز شدة الاتجاه الذي ينعكس على سلوك الفرد وتفاعله مع الآخرين فالسلوك الذي يتصف بالقوة والحدة والانفعال الشديد في موقف اجتماعي خاص فان هذا السلوك يدل على اتجاه قوي ذي درجة عالية من الشدة، والعكس صحيح بطبيعة الحال أي إذا كان السلوك ضعيفا متراخيا غير شديد دل ذلك على اتجاه ضعيف.

العوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاهات

تتم عملية تكوني الاتجاهات من خلال التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة ومحيط الأصدقاء والمدرة ووسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية والثقافية والدينية إلى جانب العديد من العوامل التي تسهم إسهاما فعالا في تكوين الاتجاهات النفسية والاجتماعية ومن هذه العوامل ما يلي:(أبو عرقوب، 1993)

1- المواقف التي تشبع حاجات الفرد والتي تعوق هذا الإشباع :

فالطفل يتبنى اتجاه والده نحو قيمة أو دين معين،لإن ذلك يشبع عند الطفل حاجة أساسية، كذلك التلميذ في المدرسة و يأخذ الاتجاه هنا حصة الدافعية أي يصبح دافعا لأنماط معينة من السلوك – ومع مرور الأيام يثبت الاتجاه ويصبح وسيلة لتحقيق رغبات أخرى – أو يستمر على أساس الوظيفة التلقائية للدافعية،والتي تعني أننا حينما نعلّم حيوانا أن يحفر في الرمل مثلا، للحصول على طعامه فانه مع تكرار هذا الموقف – نجد الحيوان يظل يحفر في الرمل بشكل تلقائي حتى لو يكن جائعا أو لا يوجد طعام في الرمل – بمعنى حتى لو لم يكن هذا السلوك يشبع حاجه لديه معينة، ويكون الاتجاه سلبيا إذا تكون مع مواقف محبطة دون إشباع حاجة معينة.

2- المعلومات وتكوين الاتجاهات

إن معظم اتجاهاتنا تتكون بناء على المعلومات التي نستقبلها عن الموضوعات المختلفة،ففي نظرية "أندرسون" يقوم الأشخاص بدور من يحلون المشاكل المعقدة وكذلك هم مقيّمون للمعلومات الجديدة فنجد أن كيفية استقبال وربط هذه المعلومات تمثل أساس تكوني الاتجاه،فمثلا على سبيل المثال عند ظهور تحذير من السلطات الصحية إن نوعا ما من الطعام يمكن أن يسبب أمراضا خطيرة،فان ذلك سيدفع الفرد لأن يعيد تقييم نظرته تجاه ذلك المنتج حيث أن هذه المعلومات تجعل الفرد يكوّن اتجاها سلبيا نحو هذا المنتج،وبالتالي سيغير سلوكه وذلك بعدم أكل هذا المنتج مرة أخرى. فنحن لا يتكوّن لدينا اتجاهات نحو موضوعات ليس لدينا معلومات كافية عنها بغض النظر عن صدق هذه المعلومات والمعلومات الناقصة قد تكون خطيرة في تكوين الاتجاهات خاصة بالنسبة لعينة من المثقفين يميلون إلى تكوين اتجاهاتهم بناء على حقائق تشبع حاجاتهم لتحقيق الذات وليس بناء على إشباع حجات أخرى (بيتر، 1987).

3- الأسرة واتجاهات المراهقين

تمثل الأسرة في معظم الحالات أهم جماعة مرجعية يرجع إليها الشخص في تكوين اتجاهاته ومن الطبيعي أن يكتسب الأطفال أول اتجاهاتهم من الوالدين (بيتر، 1987).

ولقد وجد كاتز ورتز (1969) أن الآباء يؤثرون تأثيرا أقوى على اتجاهات أبنائهم وان الأمهات تأثيرهن أقل ويكاد يتساوى على اتجاهات أبنائهم وبناتهن. (زهران، 1984)

4- تأثير عضوية الجماعة في تكوين الاتجاهات

إن اتجاهات أي فرد تعكس عادة معتقدات جماعته ومعاييرها وكل إنسان عضو في أكثر من جماعة، والشخص الذي يتبنى الاتجاه المرغوب من وجهة نظر الجماعة يصبح عضوا مقبولا بها. والواقع إن ضغط الجماعة على الفرد خاصة ذا مكانة تلقائية ومتماسكة عامل هام في تشكيل اتجاهات الفرد، ومن هنا تتحدد اتجاهات التلاميذ نحو إكمال أو عدم إكمال تعلمهم فتحدد اتجاهاتهم نحو ذلك باتجاهات زملائهم وأصدقائهم في الجماعات المدرسية بشكل يجعل تأثير هؤلاء الزملاء مقابل تأثير الوالدين فالفرد يميل إلى محاكاة السلوك والنماذج والانماط الحية للأفراد في الجماعات المرجعية التي يعجب بها أو يطمح إليها. (الزيود، 2006)

5- تأثير الشخصية في تكوين الاتجاهات :

تؤثر الشخصية بشكل أساسي في تكوين اتجاهات الفرد حيث تتأثر اتجاهات الفرد بنسبة ذكاؤه وعمره الزمني والانطواء والانبساط والمركز الاجتماعي والاقتصادي والصحة والمرض (I.bid) ،كما تؤثر الثقافة العامة السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد وما تحتويه من عادات وتقاليد وفلسفات وأعراف ومعايير وفلسفة الحياة أو أسلوب الحياة السائد في تكوين اتجاهات الفرد. (الزيود، 2006)

6- أثر وسائل الإعلام على الاتجاهات

في ظل ثورة العلم والتكنولوجيا والتقدم الهائل في وسائل الإعلام، وانشغال الآباء بالعمل والسعي الجامح وراء المادة وقضاء معظم الوقت خارج المنزل فقد تراجع دور الآباء في عملية تنشأة الأبناء وتكوين اتجاهاتهم مما أعطى الفرص أمام (الأب الثاني) وسائل الإعلام لتتدخل تدخلا كبيرا في علمية تنشأة الأبناء وتكوين اتجاهاتهم وليس هذا فقط بل لقد تدخلت هذه الوسائل بما تملك من قدرات وعوامل تكنولوجية هائلة في عملية إكساب الكبار أيضا بعض القيم والاتجاهات والسلوكيات الجديدة، فلوسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون دور كبر في تعلم الاتجاهات ويزيد هذا الدول تأثيرا عندما تكون الاتجاهات لم تتكون بعد (Michael

A.Hogg) حيث يعمل التلفزيون إلى جانب الأسرة والمدرسه على تكوين اتجاهات الأطفال وآرائهم ويؤثر على سلوكهم. (أبو شنب، 1998)

كما أن الأفراد يفسرون بفاعلية المعلومات المقدمة من خلال التلفزيون ويربطون تلك المعلومات بخبراتهم الشخصية عند استخدامهم للتلفزيون كأساس لمعتقداتهم عن الواقع الاجتماعي (Eliabeth M.Perse &Other, 1994) ويظهر اثر وسائل الإعلام في تكوين وتشكيل الاتجاهات أكثر في البلاد التي تهيمن حكوماتها على وسائل الإعلام فيها، حيث تقوم هذه المسائل تشكيل أغلب اتجاهات الأفراد في المواجهة التي تريدها الحكومة ومن وسائل الإعلام ذات التأثر القوي على اتجاهات الأفراد نجد وسائل الإعلام الأمريكي فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الأمريكية لا تخضع في جملتها للحكومة الأمريكية إلا أننا نلاحظ أن كافة مواد الإعلام وخاصة الأفراد والحلقات الأمريكية تحبذ وتشجع على نشأة وتقوية اتجاهات الفرد الأمريكي تجاه وطنه، بل وإننا نجد أن أثر وسائل الإعلام هذه يصل من القوة حد التأثير على الشعوب الأخرى وأفرادها خاصة الشباب في تكوين اتجاهات ايجابية في الغالب تجاه النظام الأمريكي (غرايبة،2004).

كما تقوم وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون بتقديم المعلومات والحقائق والأخبار والأفكار والآراء والصور حول موضوع الاتجاه، وهذا من شأنه أن يلقى نشوء أكثر يساعد بطريقة مباشرة على تغيير الاتجاه أما إلى الإيجاب أو السلب، وترجع أهمية وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات إلى أنها أصبحت ذات أهمية بالغة كمؤثر في عملية التنشأة الاجتماعية وأصبحت تحل محل المقابلات الشخصية والخبرات الشخصية في تكوني الاتجاهات والى أنها تصل إلى ملايين الناس في وقت واحد. (زهران، 1984)

كما أن التلفزيون يعلم أفراد المجتمع أساليب مختلفة في السلوك الفردي الاجتماعي في مختلف الظروف ويوفر الإنسان معلومات لا تتوفر له في حياته العادية كما يسهم التلفزيون في تغيير المعرفة والاتحادات عند قطاعات كبيرة من أفراد المجتمع.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره من عوامل تساعدهم في عملية تكوين الاتجاهات مثل التنشأة الاجتماعية – الأسرة – المدرسة– وسائل إعلام والجماعات المرجعية وشخصية الفرد فقد ذكر د.حامد زهران أن الاتجاهات أيضا تتكون من خلال عملية التفاعل الاجتماعي والمؤثرات الثقافية والحضارية بما تشمله من نظم دينية وأخلاقية واقتصادية وسياسية بالإضافة إلى إن التجارب الشخصية في المواقف الاجتماعية المختلفة دورا هاما في تكوين

الاتجاهات، كما تلعب عملية التوحد مع بعض الشخصيات والنماذج الاجتماعية دورا هاما في تكوين الاتجاهات. (زهران، 1984)

ومن ذلك يمكن القول بأن المراهقين يمكن أن يتوحدوا مع شخصيات الأعمال الدرامية الأجنبية التي يقدمها التلفزيون وبالتالي يتبنون بعض اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكياتهم ما داموا قد توحدوا معهم مما يكون له أثر بالغ من الخطورة على مراهقينا حيث أن هذه الأعمال الدرامية تقدم العديد من القيم والسلوكيات السلبية أو التي لا تتفق مع قيمنا وسلوكياتنا.

وتلعب الانفعالات دورا هاما في تكوين الاتجاهات فعطف الفرد على دولة معينة وحبه لها يمثل اتجاهات معينة نحوها وقد ينقلب هذا الاتجاه ناحية عكسية وذلك عندما يمر الفرد في حياته بخبرة انفعالية حادة تنفره من تلك الدولة (الدسوقي، 2004)

فإذا كانت الخبرة الانفعالية الناتجة عن موقف معين خبرة سارة كان الاتجاه اتجاها ايجابيا، أما إذا كانت الخبرة الناتجة غير طبية كأن يترتب عليها التعرض للوم أو عقوبة فان الاتجاه الناتج غالبا ما يكون اتجاهات سلبية، كما تتكون الاتجاهات النفسية والاجتماعية عن طريق غرسها بواسطة سلطات أعلى الراشدين والنماذج القدوة. (زين العابدين، 1994)

الفصل الرابع

الفضائيات الرياضية

1-4 تمهيد

2-4 خصائص التلفاز

3-4 تأثير الفضائيات على الأطفال والشباب

4-4 أثر القنوات الفضائية العربية على الشباب

5-4 الإعلام الرياضي

1-4 تمهيد

إن من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة في العالم هو التلفاز، ذلك الجهاز الذي اخترع في الربع الأول من القرن العشرين، وما زال محافظا على موقعه في الريادة بين وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى في القوة والتأثير ونحن في بدايات الألفية الثالثة، لا سيما بعد الدعم غير المحدود الذي وفرته الأقمار الصناعية له، والتي مكنت قنواته من الوصول إلى مشارق الأرض ومغاربها وبالتالي منحته بعدا اتصاليا عالميا.

ويعد التلفزيون من الوسائل الاتصالية المؤثرة على المستقبل لأن فيه صوتا وصورة ولونا وحركة ومصداقية. (أبو عرقوب، 1993). إذ من النادر أن نجد بيتا في أي جزء من العالم، يخلو من جهاز "التلفزيون" ولعل أبلغ وصف يوضح مدى التأثير الذي يتركه التلفزيون، ما ورد في الموسوعة الأمريكية عام 1980 حيث وصفت التلفزيون بأنه أصبح يمثل عين الإنسان وأذنيه. (الهاشمي، 2004)

فتأثير التلفزيون يقارب تأثير الاتصال الشخصي، وعلاوة على ذلك فهو سلاح ذو حدين يمكن استخدامه في الخير عن طريق تزويدنا بالأخبار المحلية والإقليمية والعالمية، وكذلك يستخدم في التثقيف الصحي والسياسي وفي التعليم مثل "التلفزيون التربوي"، وقد يستخدم في الشر مثل تضليل الرأي العام المحلي والإقليمي لا بل العالمي. (ابو عرقوب، 1993)

وان التلفزيون أصبح يشكل محورا مركزيا في حياتنا اليومية، وجزءا من ثقافتنا وعاداتنا أيضا وسيلة تشير إلى تكامل المجتمع ثقافيا وقد وصف "سيلفرستون" Silverstone التلفزيون بأنه وسيلة سمعية بصرية، حيث تجذب العين والأذن، وهي وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين. (نجم، 1998)

ولقد أثبتت البحوث مدى إسهام وسائل الاتصال الحديثة – التلفزيون خاصة– في خلق عالمٍ موازٍ لعالم الطفل والمراهق والشاب، عالم يستمدون منه أنماطا من السلوك والمثل والقيم فإذا هم يواجهون عن رغبة، عن وعي أو لا وعي أصنافا من المنطق غير مألوفة ومضامين مجردة هي أكثر تجردا من الواقع. (أبو اصبع، 1995)

وإن التلفزيون بما يعرض من برامج وأفلام ومسلسلات وإعلانات لها تأثير فعّال في الإنسان، ويلخّص بعض العلماء أوجه تأثير التلفزيون على الشخصية السوية بثلاث نقاط هي :

1- التأثير المفترض على الاتجاهات والقيم.

2- التأثير المفترض على الإدراك والاستيعاب.

3- التأثير على السلوك الخارجي للفرد.

2-4 خصائص التلفاز

ومن الخصائص التي يتميز بها التلفزيون، ومن أهم هذه الخصائص ما يلي :

1- الجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون :

تعتمد مشاهدة التلفزيون على حاستي السمع والبصر على عكس الوسائل الأخرى التي تعتمد على حاسة واحدة دون الأخرى فالصحف تعتمد على حاسة البصر، والإذاعة على حاسة السمع، بينما التلفزيون كما ذكرنا على حاستي البصر والسمع معا، وذلك لأنه التلفزيون يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون معا، مما يكسبه اهتماما ومتابعة ويحقق للمشاهد تجربة واقعية مفهومة وملموسة.

2- سهولة توفره وسهولة استخدامه :

حيث ان التلفزيون من الوسائل الجماهيرية المتاحة للجميع، ولا توجد صعوبة لأي شخص في الحصول عليه، علاوة على سهولة استخدامه، حيث يستطيع طفل في السادسة من عمره من استخدامه ومشاهدة ما يعرض فيه، وذلك لأنه لا يحتاج إلى مهارات معينة لفهم ما يعرض عليه مثل الوسائل الجماهيرية الأخرى، وعلى سبيل المثال الصحيفة التي تحتاج إلى مهارة القراءة حتى يتسنى للفرد فهم محتواها (الخوري، 1997).

3- الانتشار المكاني الواسع :

"فالواقع أن اختراع التلفزيون كان نصرا للإنسان على البعد المكاني، وعن طريق هذا الاختراع أمكن إرسال الصورة والصوت واستقبالهما من مسافات بعيده، ولا غرابة في أن يعرف بعض الباحثين التلفزيون بأنه "ذلك الجهاز الذي ينقل ملايين البشر إلى أماكن بعيدة عنهم، من خلال نقل صورة العالم إلى داخل الغرفة التي يجلسون فيها حيث دخل التلفزيون ميدان المنافسة من خلال استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني الفضائي الذي يمثل ثورة جديدة في مجال الاتصال، فالإرسال التلفزيوني أصبح منذ مطلع التسعينات – من القرن العشرين – إرسالا بلا حواجز، لا يعرف قيودا ولا يتعرف بحدود. (الهاشمي، 2004)

4- التعددية في مجالات البرامج :

حيث تخوض مجالات برامج التلفزيون في كافة مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية والثقافية، مما يحقق للمشاهد التنوع الذي يلبي رغباته ويحقق له قدرا كبيرا من المعرفة والثقافة.

5- الفورية :

أضافت الأقمار الصناعية للتلفزيون هذه الخاصية التي مكنته من نقل الأحداث لمشاهديه في نفس اللحظة التي تحدث فيها في بقاع الأرض كافة، مما حقق له الواقعية والوضوح.

6- تنوع جمهوره :

"جمهور التلفزيون واسع جدا ومتنوع من حيث المستويات الثقافية والتعليمية والاجتماعية، ويكاد يكون التلفزيون واحدا من أفراد الأسرة خاصة وأنه قادر على جمعهم والترفيه عنهم وتسليتهم وتغذيتهم بكل واقع ومفردات الحياة اليومية". (الهاشمي، 2004)

7- أرخص وسيلة اتصال جماهيرية :

"يمتاز التلفزيون بأنه وسيلة اقتصادية في الاتصال بالجماهير، مما جعله يجذب أنظار العالم كله، ويؤثر في حياة المجتمعات رغم تنوع أساليب العرض فيه، كما انه يستطيع أن يقدم الأفكار الجاهزة للإنسان وبصورة مستمرة". (الدسوقي، 2004)

8- بساطة أسلوب العرض التلفزيوني :

"العرض التلفزيوني لا يحتاج إلى جهد لفهم محتواه فبساطة الأسلوب الذي يقدمه التلفزيون لمشاهديه يجعله في حالة تقبل سلس لما يعرض عليه". (عليان والدبس، 2003)

9- وسيلة فعالة بالاتصال بالعالم الخارجي :

"يعتبر التلفزيون الوسيلة الأساسية والأولى للاتصال بالعلم الخارجي، وللحصول على المعلومات لشرائح مختلفة من المجتمع مثل الأميّين والمعاقين جسديا وكبار السن والذين يصعب عليهم الخروج من البيت لمرضهم". (عليان والدبس، 2003)

الآثار الايجابية للتلفزيون :

1- يعتبر وسيلة فعالة ومهمة في تنمية المجتمعات وتقدمها، وذلك لتنوع البرامج الذي يعمل على بثها، ولتطرقها إلى مناحي الحياة كافة، الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدينية والسياسية.

"حيث يستطيع التلفزيون أن يسهم في عملية التنمية، ويأتي ذلك من خلال ترشيد الاتجاهات وتعديلها نحو الإنتاج، والاهتمام بالقيم الايجابية ومعالجة القيم السلبية، وغرس القيم التكنولوجية الحديثة والقضاء على المشاكل الاجتماعية التي تعوق التنمية". (ابراهيم، 2004)

2- "أدى تطور التلفزيون وانتشاره عالميا إلى إيجاد نوع من الترابط بين دول العامل، وهذا على الرغم من وجود تنافس بينهما". (الدسوقي، 2004) فالتلفزيون شباك يطل على العالم ليعرض للمشاهدين أشياء لم يروها من قبل، وأخرى لا يستطيعون الوصول إليها. (أبو عرقوب، 1993)

3- "يعتبر التلفزيون من أهم مصادر الثقافة وترويجها إذ يقدم سلعا ثقافية عديدة من خلال الاحتكاك بالحضارات العالمية، والاطلاع على معالم البلدان وآثارها، وانجازاتها والتزود بمضامين كثيرة من البرامج الثقافية، مسرحيات، سينما، فنون، أدب، موسيقى، وتسعى البرامج الثقافية إلى تكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفارده وجماعته، وتسعى إلى تثبيت القيم والعمل على صياغتها، والمحافظة عليها، كما يحاول باتجاه معاكس أن يحمي الأفراد من التأثيرات المدمرة التي قد تعدد هويتهم القومية والخصوصية التي تميز المجتمعات والتي يمثل تراثهم الحضاري". (الهاشمي، 2004)

4- "أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية جذبا وقوة وتأثيرا في تشكيل الرأي العام ايجابيا وسلبيا" (أبو عرقوب، 1997)

5- "ان التلفزيون على حجم الوظائف والخصائص التي يضطلع بها "جامعة شعبية" كبيرة وأنه المعلم العظيم للشعب، وفي مجال التربية والتعليم اكتسب التلفزيون فاعليته في الانتشار لأنه يسمح لمدرس واحد بتوجيه رسالته التعليمية لملايين المشاهدين من الطلبة". (الهاشمي، 2004). إن التلفزيون جهاز شعبي قادر على اختراق حياة المجتمعات التي يدخلها بصورة كاملة وإحداث تغيير في حياة الأفراد والجماعات ايجابيا أو سلبيا". (أبو عرقوب، 1997)

6- "وسيلة جماهيرية شعبية للتسلية أو الترفيه، فالتلفزيون هو وسيلة ورسالة هادفة ومؤثرة على المشاهدين، وسلاح ذو حدين في احتواء برامجه على الخير والشر". (ابو عرقوب، 1997)

الآثار السلبية للتلفزيون :

1- يعتبر وسيلة مثبطة لتنمية المجتمعات وتقدمها، وذو سطوة تدميرية لها، وذلك إذا ابتعدت عن روح التقدم والرقي في مضامين برامجه وتدني مستواها، بدلا من الرقي والتقدم في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية.

2- "التلفزيون والغزو الثقافي، من الملاحظ بأن نسبة كبيرة من البرامج التلفزيونية تحمل مضامين إعلامية لا تتناسب وثقافتنا وديننا وعاداتنا وتقاليدنا، مثل القيم الفردية والاستهلاكية، والعلمانية المادية والإباحة، والعنف، مما كان له أثر كبير على عقول وسلوك أفارد المجتمع". (أبو عرقوب، 1997)

"حيث أضحى التعامل مع الإنتاج الإعلامي والثقافي باعتباره سلعة، وقد كان من نتيجته انفتاح السوق واتجاهه للحصول على البرامج التي تسد حاجته بصرف النظر عن قيمتها الثقافية، ولأن مراكز الإنتاج الأمريكية تمثل حوالي _80%) من مصادر الإنتاج التلفزيوني والسينمائي في العالم، وقد غلب على هذا الإنتاج بطبيعة الحال، الطابع الأمريكي، بنظريته الخاصة بالحياة، وبمعاييره القيمية في شؤون الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية". (لبيب، 1991)

3- "التلفزيون يقلل لا بل يضعف التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة" (أبو عرقوب، 1997) وذلك لأن التلفزيون يعمل حاجزا من الصمت بين أفراد الأسرة وهم في حالة انغماس في مشاهدتهم، والبعض يعتبر التلفزيون انه يجمع أفراد الأسرة ويقربهم إلى بعضهم البعض، وهذا مقبول من الناحية الفيزيائية حيث يعمل التلفزيون إلى إحلال الناحية المادية من تجمع الأسرة أما من ناحية التفاعل الاجتماعي فلا يتم ذلك.

4- "انغماس القنوات التلفزيونية في بث البرامج الترفيهية على حساب البرامج التنموية الأخرى، مما يؤدي إلى قتل الوقت وإشغال الفرد والأمة عن أداء واجباتها المهمة، وإذا كانت المحطات التلفزيونية العربية قد أصبحت غارقة إلى أذنيها في برامج الغناء والمسابقات وأخبار المغنين، فإنه لا بأس من القول إن الترفيه وظيفة إعلامية هامة وسط تعقيدات الحياة المعاصرة، ولكن في إطار من النسبة والتناسب بين الجدية والترفيه، حتى لا تصبح هذه الوظيفة الأخيرة يهيئ الوظيفة الوحيدة الطاغية على ما عداها من وظائف التلفزيون بحيث ينسى دوره الثقافي والاجتماعي والتنموي". (أبو عرجه، 2003)

5- ان التلفزيون وسيلة اتصال جماهيري تحمل في خصائصها سمات ومميزات تفرده عن وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، وهذا قد يمنع الفرد من الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيرية ذات الفائدة، ومنها الكتب والصحف بما يثبط عملية المطالعة والقراءة علاوة على ان طبيعة التلفزيون بالنسبة لحرية المشاهد تكون سلبية، فهي لا

تمنحه حرية الاختيار فيما يعرض، بل تفرضه عليه، وهنا على المشاهد اللجوء إلى الوسائل اتصال جماهيرية تمنحه حرية الاختيار.

6- إن حجم مشاهدة التلفزيون يزداد باستمرار إلى حد بروز ظاهرة الإدمان التلفزيوني (الإفراط في المشاهدة) وهي ظاهرة تشهدها كل المجتمعات التي عرفت التلفزيون بدون استثناء، وان كانت بجلاء في مجتمعات البلدان النامية والمختلفة، حيث يحتل التلفزيون مكانا متقدما بين اهتماما الناس بسبب كونه المنفذ الرئيس لتصريف أوقات الفراغ في ظل غياب أو ضعف المنافذ الأخرى". (خلوصي، 1993)

7- ان التلفزيون بما يعرض من مشاهد العنف والجريمة، ومشاهد تعاطي الكحول والمخدرات ومشاهد السلبيات التي تزيد من استعداد الشاب وميله إلى محاكاة التجربة، مما يدفعه للخطر والانحراف، وتشجعه على ارتكاب الجريمة، وتقوده إلى التطرف الفكري والمذهبي والمسكني الذي يقوده إلى تمكن الروح العدوانية وعدم التكيف وغياب التسامح عنده.

3-4 تأثير الفضائيات على الأطفال والشباب

مع اقتراب نهاية العقد الاخير من القرن الماضي اصبحت الفضائيات العربية تشكل ظاهرة إعلامية جديدة على جميع الصعد ، بعد ان كانت المجتمعات العربية وطوال عقود من الزمن معتادة على نوع واحد، ومصدر بعينه من البث الاعلامي بعموم تفرعاته ولاسيما منه الاعلام المرئي فلم يكن ثمة سوى شاشة التلفزيون الحكومي ذات الخطاب الواحد يظهر مايريد ويمنع ما لا يتلائم مع مصالح النظام الحاكم ، فإن أنتشار الفضائيات وتنوعها كان في الواقع كما يصفها احد الباحثين نقلة ثقافية مهمة، بسلبياتها وإيجابياتها، على المجتمع العربي.(ابو شنب، 1998).

إن تأثر الأطفال والشباب بما تعرضه الفضائيات مرده الاساس للحاضن التربوي والاسري الممتد من العائلة الى المدرسة مثل اي تأثر آخر من مصادر الحياة وموجوداتها وذلك ان اغلب الفضائيات وكما ذكرنا انفا ايضا ليست جميعها بريئة من غايات يكون اولها ـــ اذا كنا حسني النية ـــ هو الجانب الاعلاني التسويقي والربحي فيما تعرضه من برامج مختلفة يكون عامل الاثارة هو مفصلها الاكثر نجاحا في تسويق تلك البرامج وجني الارباح وعلى وفق ذلك فان اغلب تلك البرامج ستكون ثيماتها، اما معارك وصراعات بوليسية وحربية ذات

مؤثرات فنية صوتية وصورية بارعة في التوصيل والتاثير او تلك التي تأخذ الجانب الاباحي عرضا او احالة او لغة وغير ذلك فثمة مشاهد الرعب والتخويف الذي يجفف الافواه ويدعو للتقيء والغثيان كما يحدث في عديد الافلام، الروائية كانت او التسجيلية الحقيقية من مثل تلك التي تعرض نهاية الاعوام، وهي عبارة عن لقطات تسجيلية عن اكثر المشاهد رعبا خلال عام في العالم .

وتؤكد الكثير من ان المعطيات التجريبية على وجود علاقة سببية بين ما يقدمه الاعلام المعاصر من افلام اباحية ومشاهد عنف وبين ازدياد الانحراف لدى الاطفال والشباب. فالافلام الجنسية وافلام العنف بالنسبة لهم الفردوس المفقود، وهناك دراسة قيمة اجراها عالم الاجتماع الاميركي كونيل.أم 1978، برهن فيها على وجود علاقة بين مواد برامج التلفزيون واتجاهات الاطفال والشباب) بمعنى ان تأثير وسائل الاعلام يكاد يكون نافذاً. لهذا يطالب هذا الباحث بضرورة الضغط على وسائل الاعلام للتقليل من تلك المواد المثيرة للغرائز والعدوان والفلتان الاجتماعي.ولابد ان يتزامن ذلك مع حملات توعية موجهة للمؤسسات التربوية بدءاً بالاسرة والمدارس والجامعات والهيئات التعليمية، فالتلفاز يفسح ظاهرياً فرصة التعرف من خلال البرامج و المسلسلات على عالم خارجي، متنوع وساحر، ولكن المشكلة تكمن في معرفة ما اذا كان بالامكان التخلص من الآثار التي تتولد من عرض البرامج التلفزيونية المثيرة للغاية في خيال الاطفال و الشباب وطغيانها).(Shaw,1967)

أما بالنسبة للاطفال فان الوسائل الاعلامية (السمعية والبصرية) هي الاكثر امتاعاً للاطفال ومن المحتمل ان تصبح الاكثر (تدميراً) لشخصيتهم، بل واكثر قدرة على تنشأة الطفل بما يخالف قيم المجتمع وثقافته، ومن هنا فان افلام الكرتون لها قدرة عالية على زرع العنف لدى الاطفال. (Shaw,1967)

وتفيد اغلب الدراسات الى ان الاطفال والشباب لا يستطيعون التفريق بين الخيال والواقع، ومن هنا يقعون فريسة لما يقدم لهم من مغريات(جنسية وعنفية) مما ينمي لديهم انحرافات سلوكية متعددة الوجوه. (Shaw,1967)

4-4 أثر القنوات الفضائية العربية على الشباب

إن "مرحلة الشباب" من حياة الإنسان، هي المرحلة الأخطر والأدق، باعتبارها بداية التكليف الشرعي، ونشوة العمر وجدّته، ولهذا اهتم المصلحون بالشباب، لرعاية شؤونهم، وتوجيه سلوكهم، وتقويم انحرافهم، ووقاية أخلاقهم، ليعيشوا حياة سعيدة مستقرّة، ويكونوا سعداء صالحين.

ولا شك أيضا في: أن الشباب في عصرنا، مهملون مضيّعون مغشوشون مضللون تتخطفهم العقائد الفاشلة وتتجاذبهم التيارات الفاسدة لا موجّه يوجههم نحو هدف شريف ولا قائد لهم يقودهم صوب غاية حميدة ولا حاكم يعطيهم جهده واهتمامه، وعطفه وحنانه فلذلك: هم في ضياع وفراغ وصراع لا تمتدّ لنجدتهم يد ولا يوضع لمأساتهم حد ولا تعالج أزماتهم بالجد. (Audi, R,1972)

أولا: الأثر على التحصيل الدراسي :

فمن الطبيعي حينما يقضي الشاب الساعات الطويلة أمام الشاشة البلورية، أن يهمل في دراسته لقلة التحصيل والقراءة والمتابعة، لانك تجده نائما في المحاضرة لسهره الطويل أمام شاشات التلفاز فلا انتباه للشرح ثم لا تجده في خارجها مهتما،لان الهم الاكبر هو ما عليه كان السهر فكانت النتيجة الطبيعية الإخفاق الذريع على مستواه وتحصيله الدراسي بل يصل الحال إلى انه حتى في أيام الاختبارات لا يستطيع أن يقرأ ويحصّل لأن قلبه وعقله مشغول بشئ آخر وللأسف الشديد فإن هذه القنوات صرف للشباب عن التحصيل العلمي المثمر، سواءُ كان الاهتمام بالتحصيل العلمي في المجال الشرعي الذي تحتاجه الأمة أكثر مما تحتاج إلى الطعام والشراب والهواء الذي تتنفسه، أو التحصيل العلمي في المجالات الحيوية التي يحتاجها المسلمون في مجال الطب ومجال الهندسة أو مجال العلوم الطبيعية، وغيرها من العلوم التي المحتاجة إليها الأمة الإسلامية، والشاب المشغول بهذه الأمور، أعني المشغول بالمسلسلات ومتابعتها والأفلام، لا يمكن أن يشتغل بالتحصيل العلمي الجاد.

وأضرب لذلك مثلاً: لو فرض أنك أعطيت هذا الشاب قصة غرامية، أو قصة بوليسية، من هذه الروايات التي تُغرق المكتبات، بل والبقالات في كثير من الأحيان، قصةً ليس فيها إلا الإثارة والمتعة، وربما الجنس.

هذا الشاب سيجد نفسه ليس بحاجة إلى قراءة هذه القصة؛ لأن قراءة القصة يكلفه النظر لهذه القصة، ويكلفه حملها باليد، وأن يكون على جلسة معينة، وهو ليس على استعداد لذلك كله، لسبب، وهو: أنه سيجد هذه القصة وما هو أكثر منها إثارة وجاذبية ومتعة معروضة أمامه في

الشاشة، بصوت وصورة وتلوين، فيشاهد القصة نفسها على الشاشة، وهو متكئ على كنب، وإن كان يدخن سيدخن بدون أية كلفة أو تعب، فأي شيء إذاً يدعوه لقراءة هذه القصة مع ما فيها من المتعة والجاذبية والإغراء؛ "أعني الإغراء المنحرف".(Robison, 2005)

ثانياً : قتل الغيرة :

في نفوس الشباب لم تعد لمثل هذه القيمة الغالية من أثر كبير لما أحدثته مشاهدات الأفلام التي تحكي وتصور أن من الطبيعي أن يرى الرجل مع زوجته أو أخته صديق في العمل أو زميل في الجامعة، بل يزداد الأمر بأن يرحب به ويستقبل بالبشاشة والسرور.(أبو اصبع، 2004)

ثالثا : العزوف عن الزواج

فالشباب الذين تأثروا بمناظر العري والفاحشة التي هي المادة الرئيسية في معظم القنوات الفضائية المختلطة ، ظهر من توجهاتهم عزوف عن الزواج ورغبة عنه ، وربما يتعلل الشاب بأن الزواج مسؤولية وتكاليف ، أو بسفرة أو سفرتين نحصل ما يحصله المتزوجون وأحسن ، ولن نجد من النساء الجميلات من يشابه الممثلة فلانة أو الراقصة فلانة لنتزوج بها ، والمرأة لا تستحق من يتعب من أجلها ، هي للمتعة فقط، مثل ما يعرض في المسلسلات والأفلام ، إلى غير ذلك من المبررات الساذجة ، إن إدامة نظر الشباب إلى مناظر الفضائيات المحرمة التي تبثها الفضائيات المختلطة أحدثت عندهم خمولا نحو فرائض الله وتشريعاته، ولدى عزوف هؤلاء الشباب عن الزواج ، تنشأ مشكلة أخرى لدى الفتيات اللآتي لم يتقدم لهن أحد ، مما يزيد من عدد العوانس وفي ذلك من الأضرار ما لا يخفي (Rubin,1979).

رابعا :التعويد على ارتكاب الجريمة

بعرض أساليب متعددة للسرقة و تعاطي المخدرات والإخلال بالأمن فهذه الفضائيات دأبت على استساغة الجريمة واعتيادها من خلال عرض أفلام الجريمة ، المسماة بالأفلام البوليسية، وتكرار هذه المناظر للجريمة على أنظار الناس بمختلف طبقاتهم وأعمارهم يجعل الجريمة في أنفسهم أمرا اعتياديا، حتى يصبح المجتمع ويمسي وروح الجريمة تدب فيه وتكون بمثابة الأحداث اليومية من حياة الناس.

كما أنها تمكن المنحرفين من ارتكاب الجريمة المنظمة ، والمراد ههنا أن الجرائم منها ما يكون عرضا من غير احتراف لها ، وإنما تحت تأثير وقتي ولغرض محدد فهذا نوع، وثم نوع ثان وهو الأخطر وهو الجريمة المنظمة، بحيث تصير الجريمة حرفة أو مهنة يمتهنها الشخص، فيرتب لها وينظم خطواتها بحيث يحكم تنفيذها لينال بغيته وينفذ بجلدته من القبض عليه، فمما تبثه تلك الشاشات فيما يسمي الأفلام البوليسية عرض كيفية الخطف ، خطف النساء، خطف الأطفال، وخطف عموم الأشخاص، ومن ذلك السرقة وكيفية التخطيط لها ، وكيفية الوصول للأماكن المستهدفة والأدوات المستخدمة، ومن ذلك إعداد السموم والمخدرات والمواد المكونة لها، وكيفية دسها على الشخص المستهدف، ومن ذلك توضيح إعداد المتفجرات وإعدادها من المواد الأولية القريبة من الأشخاص في حياتهم اليومية ، وكيفية وضعها ونشرها للغرض المستهدف، ومن ذلك توضيح الخطوات المتبعة لإخفاء معالم الجريمة والتخلص من أدواتها وإتلاف كل ما يدل عليها أو على الجناة، ومن ذلك عرض كيفية التهرب، والوسائل المتبعة للتعمية على التفتيش، ومن ذلك التشجيع على تعاطي المخدرات، وإظهار المتعاطين بمظهر البطولة والقوة والذكاء، وتوضيح وسائل وطرق تعاطيها، وكل تلك المشاهد لها متابعوها من مختلف الشرائح والأعمار ليصيروا فيما بعد عصابات مدربة تدريبا عاليا من خلال المشاهد التي حفظوا خطواتها، فسعوا إلى تطبيقها في ممارساتهم . (Romonet, 2000)

خامساً : نشر القدوة السيئة بين الناس :

وذلك بـــصنع قدوات غير مشرفة للاقتداء فنجد دعوة للتشبة بالممثلين والممثلات في ملابسهم وأزيائهم وشخصياتهم حيث أصبح ما يسمونهم بنجوم بين الناس يسعى الشباب للتشبة بأهل الفن في ملابسهم وأخلاقهم وكثيراً ما نرى أمامنا أولادا وبناتنا يرتدون ألبسة مكتوبا عليها أشياء فارغة تدعو للهوى والانحراف مثل (إلا حبيبتي)، (يا قلبي)، فهناك عمل جاد على ذلك نلحظه من خلال تقديمهم في صورة احتفالية تشف بالانبهار والإعجاب بهم، ووضعهم في موضع القدوات، وإظهارهم لذلك في كثير من البرامج والتغطيات، بل وحتى في الإعلانات الدعائية، ولعل من المعلوم أن كثيراً من برامج هذه القنوات أجنبي المنشأ أصلاً، حتى أوصل بعضهم نسبة الأجنبي من هذه البرامج إلى نسبة 75% من مجمل البرامج ومن المؤسف في برنامج متلفز على إحدى الفضائيات العربية، كاد المذيع يطير من الفرح، وهو يزف للمشاهدين أن رجلاً أجرى عملية جراحية في وجهه ليصبح شبيهاً بإحدى المغنيات التي عرف عنها المجون والخلاعة، وقدم هذا الخبر ليكون مفاجأة لتلك المغنية التي كانت ضيفة

على البرنامج، ليثبت لها حب الجماهير بعد الشائعة التي انتشرت ضد هذه المغنية.(الفاعوري،1985)

4-5 الإعلام الرياضي

يعد الإعلام من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الأعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وان اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي، والذي له ادوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية.

وفي الرياضة يذكر جلال العبادي(1989)" أن الإعلام الرياضي هو جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع"

ويعرّف خير الدين وعطا الإعلام الرياضي بأنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تظم جميع وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية التي تتفرد باختصاصها بالمجال الرياضي ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضا على إمكاناته المادية والبشرية وفرص الاستثمار بهذا المجال، وتعد القنوات الفضائية الرياضية موجها كبيرا لأنها تزيد من وضوح المعرفة وجذب الانتباه كما أن للإخراج دورا بارزا في وصول الثقافة الرياضية بصورة جيدة وعلى المستويات كافة.(عصام الدين، 2000)

أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة، كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي له وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات،

وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع، علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال، هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى، سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحقة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعبا فأقل ما يوصف به هذا العصر هو (عصر المعلومات) نتيجة التقدم الذي لحق بالكمبيوتر والأقمار الصناعية وانتشار شبكة المعلومات(الانترنت) ومن هنا تبرز أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.(عويس وحسن، 1998)

أهداف الإعلام الرياضي:

هناك العديد من الأهداف التي يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيقها ومن هذه الأهداف نذكر: (عويس وحسن، 1998)

1. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
2. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، إذ أن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
3. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاء الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسبا من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات ، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من

خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والعالمي.

4. الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتنوعت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالآتي:

1. الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والملصقات وغيرها.
2. الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو.
3. الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل التلفاز والسينما والفيديو وشبكة الانترنت ويطلق عليها أحيانا الإعلام المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي البصر والسمع في آن واحد.

وهذا البحث يتناول بدراسته وسيلة من وسائل الإعلام الرياضي والتي تؤثر تأثيرا كبيرا في الرأي العام وتعتبر أكثرها أهمية وهي **(القنوات الفضائية الرياضية).**

نظريات تأثير الإعلام الرياضي: (أبو اصبع 1998)

أولا: نظرية التأثير المباشر أو قصير الأمد:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، فالإنسان الذي يتعرف لأي مادة إعلامية في الإعلام الرياضي سواء أكانت صحفية أم تلفزيونية أم إذاعية يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة.

ومعنى ذلك هو أن مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في إحدى المباريات من خلال التلفاز أو عند قراءته عنها في إحدى الصحف الرياضية فانه سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته ويسمى هذا المنحنى في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقنة أو نظرية الرصاصة، وملخص هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي ولها تأثيرٌ مباشرٌ كما لو انه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة.

ثانيا: نظرية التأثير على المدى الطويل (التراكمي):

يرى هذا الاتجاه أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الآني لسلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره وأسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه خلال وسائل الإعلام الرياضية إلى أفكار وقيم رياضية ويغير أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه وبدرجة تختلف من فرد لأخر بحسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون وأهداف وسياسة كل منها، ووفقا لهذه النظرية فان استمرار تعرض الفرد إلى المادة الإعلامية التي تنبذ العنف(مثلا) الذي يحدث في الملاعب الرياضية بكل صوره وأشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين وإظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من الإعلام الرياضي يؤدي إلى قلة ظهور حوادث العنف ومن ثمَّ يمكن القضاء عليها وعلى المدى الطويل.

ثالثا: نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم على أساسها التطعيم ضد الأمراض ،فالجرعات المتتالية والمفاهيم والقيم الرياضية التي نتلقاها من الإعلام الرياضي تشبه الأمصال التي نحقن بها كي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا .

إن استمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف أو الجريمة التي تحدث في الملاعب الرياضية مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها، فحالة السلبية هذه تجاه الأشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاء نتيجة الحقن المنتظم لعقول الجماهير بهذه الأمصال الإعلامية مما ولد حالة من البلادة تجاهها أشبه بالحصانة التي يصنعها المصل حين نلقح به ضد الأمراض

رابعا: نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين ، إذ ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين:

المرحلة الأولى: هي ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور ، فالذي نتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فينا كثيرا بل قد لا نعيره أدنى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينا لتلك الرسائل (المعلومات) تنتهي المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية:يبدؤها من يسميهم علماء الاتصال بقادة الرأي في المجتمع وهم كل الأشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة كجماعات الأصدقاء والزملاء في النادي أو الفريق أو الأقارب، وقادة الرأي هؤلاء هم بعض أصدقائنا أو أصحابنا ،أو ذوي الرأي فينا ، فالذي يحدث

في هذه المرحلة هو أن قادة الرأي هؤلاء قد شاهدوا نفس الذي شاهدناه أو قرؤوا نفس ما قرأنا فبدؤوا بالحديث عنه بطريقة تنبهنا على أشياء لم نفطن إليها وبأسلوب أكثر إقناعا من الطريقة التي عرضتها الوسيلة الإعلامية وقائد الرأي هذا قد يكون له من النفوذ المادي والأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

خامسا : نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات، وفكرة النظرية على انه مثلما يحدد جدول أعمال في أي لقاء ترتب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها.

كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول أعمال خاص، وعلى أساسه ترتب الموضوعات وفقا لدرجة أهميتها من الأهم إلى الأقل أهمية، وجدول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبثه من برامج رياضية وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى يبدو لجمهور القراء والمشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والموضوعات أولى واهم من غيرها بالاهتمام ، فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل إعلامية معينة فإنه يوحي للمشاهد أو للقارئ انه لاشيء يستحق من الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يشاهد أو يقرأ أو يسمع كما أن الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي في جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل على أهمية هذا الموضوع فمثلا تركيز الإعلام الرياضي على رياضة بعينها ككرة القدم مثلا يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات كرة القدم وانه شيء يستحق الاهتمام بها

سادسا: نظرية حارس البوابة:

أتت فكرة هذه النظرية من عمل الحارس كوسيلة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء، وغالبا ما تتحكم الاعتبارات الشخصية في قرار هذا الحارس ، والنظرية من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي يتحكمون فيما يصل إلى الناس من مواد إعلامية ، وان هذا التحكم في تدفق المواد الإعلامية

للجمهور يقوم به رجل الإعلام حارساً يقف على بوابة الوسيلة الإعلامية ويسمح بتمرير مواد إعلامية محددة لهم.

أنَّ رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه لذلك يكون مؤثرا من ناحيتين:

الأولى: من خلال ما يعرضه عليهم بناءاً على اعتبارات شخصية بحتة قد تكون تلك الاعتبارات الشخصية سياسية أو إعلامية مقصودة يراد من خلالها أحداث تغيير ثقافي أو اجتماعي بالجمهور المستهدف وقد تكون تلك الاعتبارات وجهة نظر أملتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية

الثانية : يكون تأثير حارس البوابة الإعلامي في الجمهور من خلال ما يحجبه عنهم.

سابعا: نظرية الاستخدامات والإشاعات:

هذه النظرية تنظر للعلاقة بين الإعلام الرياضي وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة، ففي هذه النظرية الإعلام الرياضي هو الذي يحدد للجمهور نوع الوسائل الإعلامية التي يتلقاها بل أن استخدام هذا الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام الرياضي.

فنظرية الاستخدام والإشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ المشاهدة الاختيارية وتفسيره أن الإنسان يعرض نفسه اختياريا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي) الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقة تفكيره

ثامنا: نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي* امتدادا لدور وسائل الإعلام الرياضي في عملية التنشئة الاجتماعية وان كلتيهما عملية تعلم وتعليم وتربية تقوم على التفاعل الاجتماعي بين الفرد والوسائل التعليمية والتثقيفية المختلفة وتهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكيات مناسبة لدوره الاجتماعي ومن ثمَّ تمكنه من مسايرة جماعته والتوافق الاجتماعي معها وتكسبه الطابع الاجتماعي وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية.

* ـ عرفت هذه النظرية عند نشأتها في الولايات المتحدة الأميركية في ستينيات القرن المنصرم باسم نظرية الأعراف أو القيم الثقافية وهي نموذج لتأثيرات وسائل الإعلام.

تأثير القنوات الفضائية الرياضية على الطلاب:

أصبحت الفضائيات في ظل التطور التقني الحديث في المجتمعات من القنوات المؤثرة على المجتمع، وأصبح لها تأثير كبير على حياة طلاب وطالبات اليوم بصفة خاصة وعلى مسيرة التربية والتعليم بصفة عامة، وقد تسبب ذلك في زيادة الأعباء الرقابية للأسرة والمجتمع التربوي تجاه الناشئة وضرورة متابعتهم بالنسبة للتغيرات الإجتماعية، وكانت أبرز مشكلات القنوات الفضائية في تشجيع المراهقين على تقليد الموضة الغربية والتخلي عن القيم الاجتماعية وإحداث التغيير على الروابط الأسرية.

ومن أثار ذلك:

1.ضعف إهتمام الشباب بأداء شعائر الدين بسبب متابعة الفضائيات الرياضية المختلفة.

2.التأثير السلبي للفضائيات على اللغة العربية حيث أن معظم القنوات العربية تستخدم اللهجة المحلية في تقديم برامجها.

3.الإنحراف السلوكي لدى الشباب والفتيات وذلك من خلال المشاهدة المحرمة للسلوك الذي يحب أن يسلكه المراهق وأنه حتمي الحدوث.

4.الإخلال بالنظام الزمني للشباب والفتيات، فتجدهم يسهرون إلى وقت متأخر من الليل في متابعة الفضائيات الرياضيات وخاصة اذا كانت هنالك مباراة عالمية في وقت متأخر، وهذا له الأثر الواضح على ضعف مستوى التحصيل للطالب والطالبة والخمول والكسل وعدم الانتباه.

5.إهدار أوقات فراغ الشباب فيما لا يعود عليهم بالنفع والفائدة من الفضائيات الرياضية. (خريسان، 2001، 136-137).

التأثير الإيجابي للقنوات الفضائية الرياضية على الطلاب

تهدف القنوات الفضائية الرياضية إلى التأثير على المتلقي بإقناعه بالقيام بالهدف الذي تسعى القناة إلى تحقيقه، فهي سلاح ذو حدين فيها الخير والشر، إنها تشارك الأسرة في التنشئة الإجتماعية سلبا أو إيجابا بطريقة نافعة أو ضارة، فهذا البث مثلما يتوقع أن يكون له أثار سلبية، فهو يطوي على نتائج إيجابية للمتلقي والمشاهد العربي، وعلى ذلك يمكن تقسم الآثار المتوقعة للبث إلى أثار إيجابية وأخرى سلبية.

أ- التأثير الإيجابي:

تعتبر القنوات الفضائية الرياضية وسيلة لايمكن الحكم عليها إلا من خلال طبيعة الإستخدام فهي اداة ووسيلة اعلامية فيها الخير والشر، ورغم ذلك فقد تبوأت مركز الصدارة في وسائل الإعلام المعاصرة، إذ تعتبر اليوم أداة الإتصال الكونية الأولى.

ومن ثم فالقنوات الفضائية بما وصلت إليه هي الوسيلة الأكثر إنتشار والأوسع أمدا والأكبر جذب وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة، مما يحتم استخدامها في نشر الفضائل والمثل والعلم وكل مايخدم الإنسانية. (اللحياني، 2008، ص24).

وسنتحدث عن بعض الجوانب الإيجابية للقنوات الفضائية في الآتي:

1. تجديد الثقافة الوطنية الراكدة بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء الرفيع والإيقاع السريع، مع تشجيع التبادل الحضاري، ونشر التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب.

2. تطوير وسائل الإتصال المحلية وبالذات وسائل وأجهزة استقبال البث الفضائي، حيث تفرض القنوات العالمية منافسة مما يستدعي ضرورة تحديث أساليب القنوات الفضائية المحلية والاقليمية.

3. التقليل من السيادة الإعلامية الكونية التي تسيطر عليه الدول الكبرى من خلال وكالات الأنباء التي تتحكم وتسيطر عليها فضلا عن إنتاج الأفلام والبرامج، الأمر الذي يتضمن مزيدا من الدعوة إلى التحرر والانطلاق، لتزويد المجتمعات والشباب بالبرامج و المعلومات التي تساعدهم على حرية الاختيار.(هويداء، 2001، ص189)

التأثير السلبي للقنوات الفضائية الرياضية على الطلاب:

تعتبر القنوات الفضائية الرياضية من الإختراعات الحديثة التي قدمت للبشرية خدمات متنوعة وجليلة في حياة المجتمعات البشرية، وسنتعرض للآثار السلبية في النقاط التالية:

1. الآثار العقائدية: هناك أثر سلبي لمضامين برامج البث القنوات الفضائية على عقيدة المسلمين، عن طريق التشكيك في عقيدتهم، والترويج للقيم المادية وتحسين أنماط السلوك السائد في المجتمعات الغير مسلمة، وإظهار المجتمعات غير الإسلامية بأنها بلاد الحرية، وتقبل الرأي البشري المخالف للشرائع السماوية، وفي المقابل وصف العالم الإسلامي بالرجعية والتخلف، وربما روجت بعض قنوات البث المباشر بعض الأفكار الإلحادية وكل هذه المضامين الوافدة تبث عبر القنوات الفضائية، وللأسف قد يستحسن بعض المسلمين تلك

الأفكار وأساليب الحياة في المجتمع الغربي ويقلدها عن جهل منه. إن بعض القنوات الفضائية فتنة تهدد كيان الأمة الإسلامية. (الحمود، 1992، ص 57).

2.الآثار الثقافية: ويتمثل في الغزو الثقافي والفكري ومحاولة التغريب ومحاربة وتهديد الهوية الثقافية للمجتمع العربي، من خلال عرض المعايير والقيم والسلوكيات اليومية ونمط العلاقات الإجتماعية في المجتمع الغربي، بوصفة المجتمع الأرقى والأكثر تقدما، وعرض النماذج السائدة في المجتمع العربي، ووصفها بالتخلف، وهذا يفسر لنا إنتشار نماذج ثقافية غربية في المجتمعات العربية.

3. الآثار الإقتصادية: ويمثل الترويج عن المنتجات الغربية من خلال الإعلانات، وجعل المواطن العربي مستهلك للمنتجات الأجنبية الضرورية وغير الضرورية، والأدوات الكمالية، وتشجيع المواطن العربي على شراء واقتناء السلع الأجنبية على حساب شراء المنتجات الوطنية.

4. الآثار الإجتماعية: فبسبب إمكانية التلقي المباشر من القنوات الفضائية انعدمت فرص الرقابة والمنع من قبل الجهات الرسمية في الدول النامية، وتعذر على الجهات الرسمية فرص الإنتقاء والحذف من مضامين البرامج الوافدة الضارة بالقيم الدينية والإجتماعية والثقافية، أو بالأسرة والتربية، وهكذا ظهرت الهجمة الأجنبية التي تمجد العنف والعداوات والقوة، حتى في برامج الرسوم المتحركة الموجهة للشباب، واحتوت تلك البرامج على مضامين ربما أدت إلى تفكك الأسرة وتشجيع الانفرادية والأنانية والخروج على سلطة الوالدين، والإستهزاء بالقيم الدينية، وربما احتوت برامج البث على مفاهيم متناقضة مع مفهومنا للأسرة وشرعية العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الإسلامي.

5. الآثار الأمنية: تقدم القنوات الفضائية الجريمة و العنف بأنهما واقعا اجتماعيا وأحداث عادية مألوفة كل يوم، يتقبلها الناس بعفوية هادئة قبولهم لبعض الظواهر الجوية المألوفة كبرودة الجو أو هطول الأمطار، إن استمرار الشباب في مشاهدة العنف والقوة واستخدام العدوانية، يترك أثارا سيئة على حياتهم وعلاقتهم مع المجتمع وتعاملهم مع أسرهم بصورة خاصة، فقد بدأت وسائل الإعلام بتسويق برامج العنف والعدوان والجريمة وأصبحنا نعيش في عالم عدواني يقوم على تثبيت بصماته السلبية على شخصية الشباب.

7. الآثار الصحية: تشجع القنوات الفضائية الشباب على السلوكات السلبية كالتدخين، والمخدرات وشرب الخمور وتناول الوجبات السريعة وتناول المشروبات الغازية، مما يؤثر سلبا على صحة الشباب.

8. الآثار التعليمية: إصابة الشباب بالخمول والكسل، فمتابعة مشاهدة القنوات الفضائية يكسبهم عادة الكسل والتواكل على الآخرين والتقاعس عن القيام بالأعمال المؤكلة إليهم، وصرفهم عن القراءة والإطلاع والمذاكرة، مما يضعف قدراتهم، وتحصيلهم العلمي، و يؤدي بهم إلى العزلة الأسرية والإجتماعية. (الحمود ، 1992، ص 67).

الفصل الخامس

(الطريقة والإجراءات)

5-1 منهجية الدراسة

5-2 مجتمع الدراسة

5-3 عينة الدراسة

5-4 أداة الدراسة

5-5 صدق أداة الدراسة

5-6 ثبات أداة الدراسة

5-7 المعالجة الإحصائية

سيوضح هذا الفصل أهم الطرق والوسائل المستخدمة للوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة، والتي تهتم "**باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية**"، وفيما يلي عرضاً مفصلاً لأهم الطرق والاجراءات المتخذة في هذه الدراسة:

5-1 منهجية الدراسة

تقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي: وقد استخدم هذا المنهج لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بمدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية.

5-2 مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات الكليات العلمية والإنسانية في الجامعة الأردنية، حيث .

5-3 عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، فقد تمثلت عينة الدراسة من طلاب وطالبات الجامعة الأردنية من كليتي الآداب والعلوم التربوية، وتم اختيارهما كونهما تمتلكان أعلى نسبة من عدد طلاب الجامعة الأردنية مقارنة مع الكليات الأخرى ولعلاقتهما بالجوانب الاجتماعية والتربوية للطلبة وتخصصاتهما المباشرة بالقنوات الفضائية أكثر من غيرها، حيث تم توزيع (220) استبانة على عدد من الطلاب والطالبات، وبعد استرجاع الاستبانات، تم استبعاد (25) استبانة لعدم صلاحيتها لأغراض التحليل الاحصائي، فتمثلت العينة النهائية بـــ (195) استبانة والتي تمثل (88.6%) من العينة الرئيسة، وفيما يلي عرضاً للتوزيع الديمغرافي لأفراد عينة الدراسة:

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس		
ذكر	88	45.1
أنثى	107	54.9
الكلية		
العلوم التربوية	95	48.7
الآداب	100	51.3
السنة الدراسية		
السنة الأولى	41	21.0
السنة الثانية	55	28.2
السنة الثالثة	56	28.7
السنة الرابعة	43	22.1
مكان الإقامة		
مدينة	127	65.1
قرية	52	26.7
مخيم	8	4.1
بادية	8	4.1
الدخل		
أقل من 200	12	6.2
201-249	13	6.7
250-300	16	8.2
301-349	28	14.4
350-399	8	4.1
400-449	5	2.6
450-500	26	13.3
501 فأكثر	87	44.6
المجموع	**195**	**100%**

إجراءات الدراسة:

مرت عملية إعداد أداة الدراسة بالخطوات التالية:

1- الإطلاع على الأدب السابق المتعلق بموضوع الدراسة، والمختصة **باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية**، وقد استفادت الباحثة من بعض الدراسات السابقة كدراسة ....،...... ودراسة ....

2- بناء محاور وفقرات الإستبانة بحيث تتماشى وأسئلة الدراسة.

3- تحكيم الإستبانة من قبل مجموعة من المحكمين المختصين وإجراء التعديلات المقترحة في ضوء ملاحظاتهم.

4- القيام بالإجراءات الرسمية التي تتيح للباحثة توزيع الإستبانة على عينة الدراسة من خلال الحصول على كتاب رسمي من أجل تسهيل مهمة الباحثة في تطبيق الاستبانة على أفراد عينة الدراسة.

5- توزيع إستبانة الدراسة على أفراد عينة الدراسة وبإشراف الباحثة.

6- جمع الاستبانات وفرزها، للتحقق من صلاحيتها لأغراض التحليل الاحصائي.

7- إدخال البيانات إلى الحاسوب وإجراء المعالجة الإحصائية لها بإستخدام برنامج الرزم الإحصائية (SPSS) وإجراء التحليلات الإحصائية المناسبة للإجابة عن أسئلة الدراسة وإستخراج النتائج.

8- مناقشة النتائج

4-5 أداة الدراسة "الاستبانة" :

تكونت أداة الدراسة من مجموعة أسئلة وحسب المكونات الآتية:

القسم الأول: البيانات الديمغرافية، والمكونة من: الجنس، الكلية، السنة الدراسية، متوسط الدخل الشهري للأسرة، مكان الإقامة.

القسم الثاني : المحطات الفضائية والشباب.

القسم الثالث: مقياس اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية.

القسم الرابع: اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها.

القسم الخامس: أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب.

5-5 صدق أداة الدراسة :

لقد تم عرض الاستبانة على عدد محكمين من أعضاء هيئة التدريس في (الجامعات الأردنية) من تخصصات علم الاجتماع والعلوم التربوية، للتحقق من مدى الصدق الظاهري، وقد تم الأخذ بآرائهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات، وإجراء التعديلات المطلوبة، على نحو دقيق يحقق التوازن بين مضامين الاستبانة في فقراتها.

5-6 ثبات أداة الدراسة :

ولحساب ثبات أداة الدراسة تم استخدام طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا حيث كانت قيم كرونباخ ألفا لجميع متغيرات الدراسة وللاستبانة بشكل عام أعلى من (60%) وهي نسبة مقبولة في البحوث والدراسات، والجدول (2) يوضح ذلك.

الجدول (2)

قيم معاملات الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

متغيرات الدراسة	قيمة معامل الثبات
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية.	73.9
اتجاهات طلبة الجامعة نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها.	72.1
أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب	74.2
الأداة ككل	74.0

5-7 المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، واستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك استخدم اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة.

وقد تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

موافق	محايد	معارض
3	**2**	**1**

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها على النحو الآتي: (2.34 – فما فوق: مرتفع)، (1.67–2.33: متوسط)، (1.66 – فما دون : منخفض).

وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا – القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي :

$\frac{(3-1)}{3} = \frac{2}{3} = 0.66$ وهذه القيمة تساوي طول الفئة.

وبذلك يكون المستوى المنخفض من 1 + 0.66 = 1.66

ويكون المستوى المتوسط من 1.67 + 0.66 = 2.33

ويكون المستوى العالي من 2.34– 3

الفصل السادس

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها والتوصيات

6-1عرض النتائج

تم استخراج التكرارات والنسبة والمئوية، واستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية"، وفيما يلي الاجابة عن أسئلة الدراسة التالية:

1. السؤال الأول: هل تشاهد المحطات الفضائية الرياضية؟

للاجابة عن السؤال الأول تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على مشاهدة المحطات الفضائية الرياضية من قبل طلاب وطالبات الجامعة الأردنية والجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3)

التكرارات والنسب المئوية للتعرف على مشاهدة المحطات الفضائية من قبل طلاب وطالبات الجامعة الأردنية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مشاهدة المحطات الفضائية الرياضية من قبل الطلاب والطالبات		
نعم	64	32.8
أحياناً	131	67.2
المجموع	195	100.0

يتضح من الجدول (3) أن تمثلت عينة الدراسة بالنسبة للطلاب في الجامعة الأردنية الذين يشاهدون المحطات الفضائية الرياضية بنسبة مئوية بلغت (32.8%)، بينما كان الطلاب الذين يشاهدون المحطات الفضائية أحياناً نسبتهم المئوية بلغت (67.2%).

1- السؤال الثاني: كم متوسط عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية؟

للاجابة عن السؤال الثاني تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على متوسط عدد ساعات مشاهة طلاب وطالبات الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية والجدول (4) يوضح ذلك:

الجدول (4)
التكرارات والنسب المئوية للتعرف على متوسط عدد ساعات مشاهدة الطلاب والطالبات في الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
متوسط عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية		
أقل من ساعة	13	6.7
ساعتان	106	54.4
ثلاث ساعات	30	15.4
أكثر من ثلاث ساعات	46	23.6
المجموع	**195**	**100.0**

يتضح من الجدول (4) أن كان أعلى متوسط ساعات مشاهدة للمحطـات الفـضائية للفئـة (ساعتان) ومثلت ما نسبته (54.4%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، فيما كانت الفئة (أكثر من ثلاث ساعات) مثلت ما نسبته (23.6%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، ومن ثم للفئة ثلاث ساعات وبنسبة مئوية بلغت (15.4%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، ومن ثم جاءت الفئة أقل من ساعة بنسبة مئوية بلغت (6.7%) من استجابات أفراد عينة الدراسة.

3-السؤال الثالث: كم عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية الرياضية تحديداً؟

للاجابة عن السؤال الثالث تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على عدد ساعات مشاهدة طلاب وطالبات الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية تحديداً والجـدول (5) يوضـح ذلك:

الجدول (5)
التكرارات والنسب المئوية للتعرف على عدد ساعات مشاهدة الطلاب والطالبات في الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية الرياضية تحديداً

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية الرياضية تحديداً		
أقل من ساعة	29	14.9
ساعتان	141	72.3
ثلاث ساعات	12	6.2
أكثر من ثلاث ساعات	13	6.7
المجموع	**195**	**100.0**

يتضح من الجدول (5) أن كانت عدد ساعات مشاهدة الطلاب في الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية الرياضية تحديداً بقدر (ساعتان) وبنسبة مئوية بلغت (72.3%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، ومن ثم كانت لفئة (أقل من ساعة) بنسبة مئوية (14.9%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، فيما كانت أكثر من ثلاث ساعات وثلاث ساعات متقاربتان جـداً مـن خـلال استجابات أفراد عينة الدراسة، حيث بلغت النسبة المئوية لفئـة أكثـر مـن ثـلاث سـاعات (6.7%)، ولفئة ثلاث ساعات (6.2%) من استجابات أفراد عينة الدراسة.

4-السؤال الرابع: لماذا تشاهد المحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية الأخرى؟

للاجابة عن السؤال الرابع تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على سبب مشاهدة المحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية الأخرى من قبل طـلاب وطالبـات الجامعة الأردنية، والجدول (6) يوضح ذلك:

الجدول (6)
التكرارات والنسب المئوية للتعرف على سبب مشاهدة الطلاب والطالبات في الجامعة الأردنية للمحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
سبب مشاهدة الطلاب والطالبات في الجامعة الأردنية للمحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية		
للتسلية والترفيه	115	59.0
متابعة الأخبار الرياضية ومعرفة ما هو جديد	73	37.4
المشاركة بالمسابقات والدردشة	5	2.6
أخرى	2	1.0
المجموع	**195**	**100.0**

يتضح من الجدول (6) أن كان السبب الأكثر أهمية لمشاهدة الطلاب والطالبات في الجامعـة الأردنية للمحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية (للتسلية والترفيـه)، حيـث بلغت النسبة المئوية لاستجابات افراد عينة الدراسة (59%)، بينما كانـت لمتابعـة الأخبـار الرياضية ومعرفة ما هو جديد بنسبة مئوية بلغت (37.4%) مـن اسـتجابات أفـراد عينـة

الدراسة، وبسبب المشاركة بالمسابقات والدردشة بنسبة (2.6%)، ولأسباب أخرى بلغت (1%) من استجابات أفراد عينة الدراسة.

5-السؤال الخامس: ما هي المحطات الفضائية الرياضية التي ترغب بمشاهدتها أكثر؟

للاجابة عن السؤال الخامس تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على عدد ساعات مشاهدة طلاب وطالبات الجامعة الأردنية للمحطات الفضائية تحديداً والجدول (7) يوضح ذلك:

الجدول (7)
التكرارات والنسب المئوية للتعرف على أهم المحطات الفضائية الرياضية التي يرغب طلاب وطالبات الجامعة الأردنية بمشاهدتها أكثر

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المحطات الفضائية الرياضية التي ترغب بمشاهدتها أكثر		
الجزيرة الرياضية	101	51.8
دبي الرياضية	30	15.4
قناة الكأس	23	11.8
قنوات رياضية أخرى	41	21.0
المجموع	**195**	**100.0**

يتضح من الجدول (7) أن كانت أهم المحطات الفضائية الرياضية التي يرغب طلاب وطالبات الجامعة الأردنية بمشاهدتها تتركز على قناة الجزيرة الرياضية بنسبة مئوية بلغت (51.8%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، ومن ثم كان التوجه لقناة دبي الرياضية بنسبة مئوية بلغت (15.4%) من استجابات أفراد عينة الدراسة، ومن ثم نحو القنوات الرياضية الأخرى بنسبة (21%)، وأخيراً كان التوجه نحو قناة الكأس بنسبة مئوية (11.8%) من استجابات أفراد عينة الدراسة.

6-السؤال السادس: ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية؟

للإجابة عن السؤال السادس، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية" ، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية) **مرتبة ترتيباً تنازلياً..**

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	المحطات الفضائية الرياضية مفيدة ونافعة.	2.43	0.69	1	مرتفع
8	الهدف الرئيسي للمحطات الفضائية الرياضية السمو بذوق الشباب الرياضي من خلال تقديم البرامج الرياضية المتنوعة.	2.37	0.73	2	مرتفع
3	تبث المحطات الرياضية العربية اخبار وتغطيات لجميع أنواع الرياضة.	2.33	0.75	3	متوسط
2	المحطات الفضائية الرياضية مليئة بالبرامج المسلية والممتعة.	2.29	0.75	4	متوسط
5	ترفع مستوى الذوق العام لدى الفرد.	2.18	0.76	5	متوسط
7	الوقت الذي أقضيه بمتابعة المحطات الفضائية الرياضية لا يؤثر سلباً على تحصيلي العلمي.	2.18	0.84	6	متوسط
4	تدعو إلى المساواة بين الرجل والمرأة.	2.10	0.78	7	متوسط
6	المحطات الرياضية تغنيني عن متابعة المحطات الفضائية الأخرى.	1.77	0.85	8	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.21	0.77		متوسط

يتضح من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية لـــ **(مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية)**، تراوحت ما بين (2.43 و 1.77) ، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (2.21)، وهو من المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.43)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد نصت الفقرة على (المحطات الفضائية الرياضية مفيدة ونافعة)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (8) بمتوسط حسابي (2.37) وانحراف معياري (0.73) وهو من المستوى المرتفع

أيضاً، حيث نصت الفقرة على (الهدف الرئيسي للمحطات الفضائية الرياضية السمو بذوق الشباب الرياضي من خلال تقديم البرامج الرياضية المتنوعة).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (6) بمتوسط حسابي (1.77) وبانحراف معياري (0.85)، وهو من المستوى المتوسط حيث نصت الفقرة على أن (المحطات الرياضية تغنيني عن متابعة المحطات الفضائية الأخرى).

وهذا يفسر على أن اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية **كانت متوسطة المستوى من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.**

7-السؤال السابع: ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها؟

للإجابة عن السؤال السابع، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها" ، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها) **مرتبة ترتيباً تنازلياً..**

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
2	هي تتناول موضوعات وأنشطة رياضية متعددة.	2.63	1.59	1	مرتفع
1	للفضائيات الرياضية أسلوب شيق في طريقة عرض المباريات.	2.56	0.63	2	مرتفع
6	تشجع الشباب على تقليد مشاهير اللاعبين والمذيعين.	2.49	0.68	3	مرتفع
7	لا تتعارض مع القيم الدينية.	2.45	0.69	4	مرتفع
5	لا تتعارض مع القيم الأخلاقية	2.32	0.76	5	متوسط
4	يتولد لدي الشعور بالراحة عند مشاهدة الأنشطة الرياضية.	2.31	2.27	6	متوسط
3	مشاهدة الألعاب الرياضية تبعد الملل والوحدة.	2.28	0.73	7	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.43	1.05		مرتفع

يتضح من الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية لــ (مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها)، تراوحت ما بين (2.63 و 2.28) ، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (2.43)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (2) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.63)، وبانحراف معياري (1.59)، وقد نصت الفقرة على (هي تتناول موضوعات وأنشطة رياضية متعددة)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي (2.56) وانحراف معياري (0.63) وهو من المستوى المرتفع أيضاً، حيث نصت الفقرة على (للفضائيات الرياضية أسلوب شيق في طريقة عرض المباريات).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (3) بمتوسط حسابي (2.28) وبانحراف معياري (0.73)، وهو من المستوى المتوسط حيث نصت الفقرة على أن (مشاهدة الألعاب الرياضية تبعد الملل والوحدة).

وهذا يفسر على أن اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها **كانت مرتفعة المستوى من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.**

8-السؤال الثامن: ما مدى أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب؟

للإجابة عن السؤال الثامن، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن "أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) **مرتبة ترتيباً تنازلياً..**

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	التسلية والمتعة	2.72	0.57	1	مرتفع
4	تعرف الشباب على احدث البرامج الرياضية	2.54	0.71	2	مرتفع
2	التمثل بالقيم والسلوكيات التي تقدم من خلالها والتي تتفق مع روح العصر	2.40	0.66	3	مرتفع
3	تقليد الشباب للاعبين والمذيعين الذين يظهرون على شاشة المحطات الرياضية	2.29	0.75	4	متوسط
6	لا تعود بالفائدة على الشباب في المستقبل	2.15	0.78	5	متوسط
5	ليس للفضائيات تأثير سلبي على الترابط العائلي.	2.10	0.84	6	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	2.37	0.72		مرتفع

يتضح من الجدول رقم (10) أن المتوسطات الحسابية لــ (أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب)، تراوحت ما بين (2.72 و 2.10) ، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (2.37)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.72)، وبانحراف معياري (0.57)، وقد نصت الفقرة على (التسلية والمتعة)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (2.54) وانحراف معياري (0.71) وهو من المستوى المرتفع أيضاً، حيث نصت الفقرة على (تعرف الشباب على احدث البرامج الرياضية).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي (2.10) وبانحراف معياري (0.84)، وهو من المستوى المتوسط حيث نصت الفقرة على أن (ليس للفضائيات تأثير سلبي على الترابط العائلي).

وهذا يفسر على أن أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب **كانت مرتفعة المستوى من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.**

9- السؤال التاسع: ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير الجنس؟

للتعرف على مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير الجنس، تم استخدام اختبار العينة المستقلة، والجدول (11) يوضح ذلك:

الجدول (11)

اختبار (Independent Sample T-test) للتعرف على درجة مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات (طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير الجنس

المصدر	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة(ت)	الدلالة الاحصائية
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية	ذكر	88	2.24	0.437	193	0.907	**0.365**
	أنثى	107	2.18	0.476			
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها	ذكر	88	2.53	0.675	193	2.224	**0.027***
	أنثى	107	2.35	0.405			
أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب	ذكر	88	2.39	0.374	193	0.771	**0.441**
	أنثى	107	2.34	0.424			
الاتجاهات ككل	ذكر	88	2.38	0.391	193	1.759	**0.080**
	أنثى	107	2.29	0.350			

*** دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)**

يُلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (11) للعينة المستقلة عدم وجود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.24) والمتوسط الحسابي للإناث

(2.18). وهي قيم قريبة جداً من بعضها البعض، وبلغت الإحصائي (ت) (0.907) بدلالـــة إحصائية (0.365)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متـــشابهة بـــين الذكور والإناث بالنسبة لاتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية.**

ويُلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (11) للعينة المستقلة وجود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.53) والمتوسط الحسابي للإناث (2.35)،

وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (2.224) وبدلالة إحصائية (0.027)، وهي أقل مـــن (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر مختلفة بين الذكور والإناث بالنسبة لاتجاهات طلبـــة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها.** وبالنظر إلى المتوسطات الحـــسابية، يتضح أن كانت الفروقات لصالح فئة الذكور باتجاهاتهم نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، وذلك بارتفاع المتوسط الحسابي الخاص بهم.

ويتضح من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (11) للعينة المستقلة عـــدم وجـــود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للـــشباب، حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.39) والمتوسط الحسابي للإناث (2.34)، وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (0.771) وبدلالة إحصائية (0.441)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متشابهة بين الذكور والإناث فيما يتعلـــق بأهميـــة المحطـــات الفـــضائية الرياضية بالنسبة للشباب.**

ويتضح من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (11) للعينة المستقلة عدم وجود فروقات بين الذكور والإناث فيما يتعلق **باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية ككل،** حيث بلغ المتوسط الحسابي للذكور (2.38) والمتوسط الحسابي للإناث (2.29)، وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (1.759) وبدلالة إحصائية (0.080)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متشابهة بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية ككل.**

<u>10- السؤال العاشر</u>: ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير الكلية؟

للتعرف على مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير الكلية، تم استخدام اختبار العينة المستقلة، والجدول (12) يوضح ذلك:

الجدول (12)

اختبار (Independent Sample T-test) للتعرف على درجة مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير الكلية

المصدر	الكلية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة(ت)	الدلالة الاحصائية
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية	علوم	95	2.26	0.467	193	1.513	**0.132**
	آداب	100	2.16	0.448			
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها	علوم	95	2.48	0.667	193	1.066	**0.288**
	آداب	100	2.39	0.407			
أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب	علوم	95	2.43	0.383	193	2.005	**0.046***
	آداب	100	2.31	0.413			
الاتجاهات ككل	علوم	95	2.38	0.402	193	1.860	**0.064**
	آداب	100	2.28	0.336			

*** دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)**

يُلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (12) للعينة المستقلة عدم وجود فروقات بين كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية ، حيث بلغ المتوسط لكلية العلوم (2.26) والمتوسط الحسابي

لكلية الآداب (2.16). وهي قيم قريبة جداً من بعضها البعض، وبلغت الإحصائي (ت) (1.513) بدلالة إحصائية (0.132)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متشابهة بين الطلاب في كلية العلوم وكلية الآداب بالنسبة لاتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية.**

ويُلاحظ من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (12) للعينة المستقلة عدم وجود فروقات بين كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لكلية العلوم (2.48) والمتوسط الحسابي لكلية الآداب (2.39)، وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (1.066) وبدلالة إحصائية (0.288)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متشابهة بين الطلاب في كلية العلوم وكلية الآداب بالنسبة لاتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها.**

ويتضح من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (12) للعينة المستقلة وجود فروقات بين كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق بأهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب، حيث بلغ المتوسط الحسابي لكلية العلوم (2.43) والمتوسط الحسابي لكلية الآداب (2.31)، وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (2.005) وبدلالة إحصائية (0.046)، وهي أقل من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر مختلفة بين طلاب كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق بأهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب.** وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية، يتضح أن كانت الفروقات لصالح فئة طلبة كلية العلوم باتجاهاتهم نحوأهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب ، وذلك بارتفاع المتوسط الحسابي الخاص بهم.

ويتضح من نتائج اختبار (ت) المبينة في الجدول (12) للعينة المستقلة عدم وجود فروقات بين كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق **باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية ككل،** حيث بلغ المتوسط الحسابي لكلية العلوم (2.38) والمتوسط الحسابي لكلية الآداب (2.28)، وبلغت قيمة الإحصائي (ت) (1.860) وبدلالة إحصائية (0.064)، وهي أكبر من (0.05)، **وهذا يفسر أن وجهات النظر متشابهة بين طلاب كلية العلوم وكلية الآداب فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية ككل.**

11- السؤال الحادي عشر: ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية يعزى لمتغير مكان الإقامة؟

للتعرف على مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير مكان الإقامة، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (13) يوضح ذلك:

الجدول (13)

اختبار (One Way ANOVA) للتعرف على مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية بالأبعاد الثلاثة (اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب) يعزى لمتغير مكان الإقامة

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF	الدلالة الاحصائية Sig.
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية	بين المجموعات	1.786	3	0.595	2.915	*0.036
	داخل المجموعات	39.004	191	0.204		
	المجموع	40.790	194			
اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها	بين المجموعات	2.269	3	0.756	2.566	0.056
	داخل المجموعات	56.277	191	0.295		
	المجموع	58.546	194			
أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب	بين المجموعات	1.004	3	0.335	2.103	0.101
	داخل المجموعات	30.379	191	0.159		
	المجموع	31.383	194			
الاتجاهات ككل	بين المجموعات	1.624	3	0.541	4.104	*0.008
	داخل المجموعات	25.196	191	0.132		
	المجموع	26.820	194			

* دالة احصائياً عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (13) وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين وجهات النظر بالنسبة لمكان الإقامة، فيما يتعلق باتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، حيث بلغت قيمة الاحصائي (F) (2.915) عند مستوى الدلالة أقل من (0.05).

واتضح أيضاً وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين وجهات النظر بالنسبة لمكان الإقامة، فيما يتعلق **اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الفضائيات الرياضية** ككل، حيث بلغت قيمة الاحصائي (F) (4.104) عند مستوى الدلالة أقل من (0.05).

ولم يتضح وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، و أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب، تعزى لمتغير مكان الإقامة، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (2.566) و (2.103) على التوالي، وبدلالة إحصائية أعلى من (0.05).

وللتعرف على الفروقات لصالح من كانت من فئات مكان الإقامة لاتجاهات **طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية**، و الاتجاهات ككل، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe Test ، والجدول (14) يوضح ذلك:

الجدول (14)

اختبار شيفيه Scheffe Test

للتعرف على الفروقات في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية تعزى إلى مكان الإقامة

(I)الاقامة	(J)الاقامة	الفرق بين المتوسطات (I-J)	Sig.
مدينة	قرية	.19407*	.010
	مخيم	.23253	.160
	بادية	-.07997-	.628
قرية	مدينة	-.19407*	.010
	مخيم	.03846	.823
	بادية	-.27404-	.112
مخيم	مدينة	-.23253-	.160
	قرية	-.03846-	.823
	بادية	-.31250-	.168
بادية	مدينة	.07997	.628
	قرية	.27404	.112
	مخيم	.31250	.168

*دالة احصائياً عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (14) أن كانت الفروقات لصالح المدينة في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية .

الجدول (15)
اختبار شيفيه Scheffe Test
للتعرف على الفروقات في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية ككل تعزى إلى مكان الإقامة

(I)الاقامة	(J)الاقامة	الفرق بين المتوسطات (I-J)	Sig.
مدينة	قرية	.19035*	.002
	مخيم	.19310	.146
	بادية	-.07476-	.573
قرية	مدينة	-.19035*	.002
	مخيم	.00275	.984
	بادية	-.26511-	.056
مخيم	مدينة	-.19310-	.146
	قرية	-.00275-	.984
	بادية	-.26786-	.142
بادية	مدينة	.07476	.573
	قرية	.26511	.056
	مخيم	.26786	.142

*دالة احصائياً عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (15) أن كانت الفروقات لصالح المدينة في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية ككل.

الفصل السابع

مناقشة النتائج والتوصيات

7-1 النتائج

7-2 التوصيات

7-1 النتائج العامة ومناقشتها:

1- أشارة نتائج الدراسة إلى أن كانت أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة تفيد بأنهم يشاهدون المحطات الفضائية أحياناً، وهذا يدل على ضعف في مشاهدة القنوات الفضائية من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة.

2- أشارت نتائج الدراسة أن كانت أعلى نسبة مشاهدة للطلبة في الجامعة الأردنية تتركز على (فئة الساعتان)، فهذا مؤشر على أن عدد الساعات لمشاهدة المحطات الفضائية قليل نوعاً ما، وربما تعزى هذه النتيجة إلى أن الطلبة لديهم توجهات أخرى، مثل الدراسة والقراءة والاستطلاع عن طريق الانترنت وخلافه.

3- أظهرت نتائج الدراسة إلى أن أعلى نسبة مشاهدة للقنوات الفضائية الرياضية لدى أفراد عينة الدراسة كانت (لفئة الساعتان)، فهذا مؤشر على أن عدد الساعات لمشاهدة المحطات الفضائية قليل نوعاً ما، وربما تعزى هذه النتيجة إلى أن الطلبة لديهم توجهات أخرى، مثل الدراسة والقراءة والاستطلاع عن طريق الانترنت وخلافه.

4- **أظهرت نتائج الدراسة أن أهم سبب مشاهدة للطلاب والطالبات في الجامعة الأردنية للمحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية** تركز على التسلية والترفيه، ومن ثم لمتابعة الأخبار الرياضية، فربما هذان السببان هم الكثر رواجاً بين أفراد عينة الدراسة (طلاب الجامعة الأردنية)، حيث يرى طلاب الجامعة الأردنية أن الرياضة مسلية بشكل يمكن أن يغير من مزاج الطالب ويعطيه الدافعية للتوجه نحو الدراسة بعد مدة مشاهدة جميلة، وأيضاً متابعة الأخبار الرياضية لها الأهمية البالغة عند بعض الطلاب لمناقشة الزملاء في الجامعة عن هذه الأخبار، مثل أخبار لاعبين كرة القدم وأشهرهم، ومثل أفضل أنواع السيارات وأسرعها، فهذه الأحاديث هي من أكثر الأحاديث رواجاً وتداولاً بين طلاب الجامعة الأردنية.

5- خلصت الدراسة إلى أن أكثر المحطات الفضائية الرياضية التي يرغب طلاب الجامعة الأردنية بمشاهدتها هي محطة الجزيرة الرياضية، لما لهذه القناة من إلمام وشمولية للرياضة بشتى أنواعها ومحتوياتها، فهي أكثر تسلية من غيرها من القنوات الأخرى لطول وقت البث، فيستمر البث لمدة (24) ساعة، وهذا دافع جيد لمشاهدة هذه المحطة. وبالدرجة الثانية كان التوجه نحو قنوات أخرى رياضية، فربما هذه القنوات شاملة للأخبار الرياضية والبرامج المنوعة.

6- ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية؟، أظهرت الدراسة أن كانت استجابات أفراد عينة الدراسة عن اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية متوسطة المستوى، حيث ركزت الاستجابات على أن المحطات الفضائية الرياضية مفيدة ونافعة بدرجة مرتفعة، ومن ثم أن الهدف الرئيسي للمحطات الفضائية الرياضية السمو بذوق الشباب الرياضي من خلال تقديم البرامج الرياضية المتنوعة أيضاً بدرجة مرتفعة.

7- ما مدى اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها؟، أشارت الدراسة إلى أن كانت استجابات أفراد عينة الدراسة عن اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها مرتفعة المستوى، وذلك من خلال أن الألعاب تتناول موضوعات وأنشطة رياضية متعددة، فهذا يزيح بعض ما هو مزعج للطالب نتيجة الضغوطات الدراسية وخلافه داخل الجامعة، إضافة إلى أن للفضائيات الرياضية أسلوب شيق في طريقة عرض المباريات، فهذا يدفع الطالب إلى تكرار المشاهدة لما لها من تشويق وإفادة. إضافة إلى أن الرياضات تدفع الطلاب إلى تقليد المشاهير.

8- ما مدى أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب؟، اظهرت نتائج الدراسة إلى أن كانت استجابات أفراد عينة الدراسة عن هذا المحور مرتفعة المستوى، فقد كان التركيز على (التسلية والمتعة) فلا بد من أن البرامج الرياضية هي مسلية وممتعة إلى حد يمكن للطالب أن يشاهدها باستمرار، إضافة إلى أن هذه المحطات الرياضية تعرف الشباب على أحدث البرامج الرياضية، وأفضلها في هذا العصر، وأيضاً تتمثل بالقيم والسلوكيات التي تقدم من خلالها، والتي تتفق مع روح العصر.

أشارت الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها وذلك لصالح الذكور، ويعزى هذا الأمر إلى أن اتجاهات الذكور أكثر من اتجاهات الإناث في الألعاب بشتى أشكالها، ولكن الإناث يهتمون برياضات معينة مثل رياضة التنس، ورياضة الجمباز، ورياضة السباحة، ولا يوجد لديهم الميول إلى رياضة كرة القدم، ورياضة المصارعة، والرياضات الخشنة الأخرى.

ولم يتضح وجود فروق دالة احصائياً في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، وأهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب تعزى لمتغير الجنس، فهناك اتفاق في وجهات النظر لاتجاهات الطلاب الذكور والإناث تجاه هذه المحاور.

أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب تعزى لمتغير الكلية، فقد كانت الفروقات لصالح طلاب كلية العلوم. ولم يتضح وجود فروقات ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، واتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، ، فهناك اتفاق في وجهات النظر لاتجاهات الطلاب حسب الكليات العلمية والأدبية تجاه هذه المحاور.

أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية، تعزى لمتغير مكان الإقامة، فهناك الاختلاف في وجهات النظر لاتجاهات الطلاب حسب مكان الإقامة، وعند التعرف على وجهات نظرهم حسب مكان الإقامة كانت الفروقات تتجه نحو المدينة، فالطلاب الذين يقطنون المدينة كان المامهم بالالعاب الرياضية أكثر من القاطنين في القرى والبوادي والمخيمات.

وكذلك الأمر، أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية في الاتجاهات الثلاثة ككل، تعزى لمتغير مكان الإقامة، فهناك اختلاف في وجهات النظر للاتجاهات ككل، وعند التعرف على وجهات نظرهم حسب مكان الإقامة كانت الفروقات تتجه نحو المدينة، فالطلاب الذين يقطنون المدينة كان المامهم بالالعاب الرياضية أكثر من هم القاطنين في القرى والبوادي والمخيمات.

ولم يتضح أية فروقات ذات دلالة احصائة لاتجاهات الطلاب نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها، ونحو أهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب تعزى لمتغير مكان الإقامة.

التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة فإن الدراسة تقدم التوصيات الآتية:

- نشر الوعي والثقافة الرياضية بين الشباب ومتابعة الرياضة بشكل أعلى وذلك للتخفيف عن الطالب معاناة الدراسة والأعباء الأخرى.
- العمل على انشاء محطات فضائية أخرى ترتقي بدورها ببث ما هو ممتع وشيّق بحسب ما تقوم به محطة الجزيرة الفضائية.
- العمل على بناء قاعة داخل الجامعة الأردنية لبث البرامج الرياضية لتسلية الطلاب في أوقات فراغهم بدلاً من أن يتوجهوا إلى الساحات، وقضاء معظم أوقات الفراغ بالأحاديث، أو سلوك العنف والمشاجرات.
- العمل على قيام دراسات ذات علاقة بموضوع الدراسة للتعرف على متابعة الطلاب للبرامج الرياضية ومدى ثقافتهم بهذا الموضوع.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

الكتب والمجلات العلمية:

- إبراهيم، عبد الستار(1985)، **الإنسان وعلم النفس**، مجلة عام المعرفة، الكويت، المجلس الأعلى للثقافة والفنون، فبراير.
- ابن منظور المصري، أبو الفضل، **لسان العرب**، بيروت: دار صادر.
- أبو أصبع، صالح خليل (1995)، **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع.
- أبو أصبع، صالح خليل (1998)، **مدخل إلى الاتصال الجماهيري**، ط1، القاهرة، دار آرام للنشر والدراسات والتوزيع.
- أبو أصبع، صالح خليل (2004)، **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004.
- أبو أصبع، صالح خليل (2005)، **قضايا إعلامية**، عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو شنب، حسين (1998)، **مدخل إلى فن الراديو والتلفزيون**، ط1، غزة، مكتبة دار المنارة.
- أبو عرجة، تيسير (2003)، **الإعلام والثقافة العربية الموقف والرسالة**، عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو عرقوب، إبراهيم، (1993)، **الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي**، عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- بيتر، جون، (1987)، **مدخل الاتصال الجماهيري**، ترجمة عمر الخطيب. بيروت :المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- جابر، جابر عبد الحميد و محفوظ، سهير أنور و الخليفي، سبيكة (1991) **علم النفس البيئي**، القاهرة: دار النهضة العربية.

- الحفيف، محمد عبد الرحمن (1994)، **تأثير وسائل الإعلام – دراسة في النظريات والأساليب**، الرياض، مكتبة العبيكان.
- خريسان، باسم (2001)، **العولمة والتّحدّي الثقافي**، ط1، بيروت: دارالفكر العربي.
- خلوصي، ناطق، (1993)، **الغزو التلفزيوني ومخاطره**، الإذاعات العربية، العدد 3.
- الخوري، نزها، (1997)، **أثر التلفزيون في تربية المراهقين**، بيروت : دار الفكر اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع.
- الدبوبي، عبدالله وأعمر، علي (2011)، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة اجتماعية تربوية)، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث**، مجلد 25.
- الدسوقي، إبراهيم عبده (2004)، **وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية "تحليل نظري"**، الإسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- زهران ،حامد عبد السلام ، (1984)، **علم النفس الاجتماعي**، ط5، القاهرة، عالم الكتب.
- زين العابدين، صفوت، (1994)، **علم النفس الاجتماعي**، أسسه وتطبيقاته، ط2.
- الزيود، خالد محمود (2013)، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية لدى طلبة جامعة اليرموك، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، المجلد الحادي والعشرون، العدد الرابع، غزة، فلسطين.
- الزيود، ماجد، (2006)، **الشباب والقيم في عالم متغير**، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع.
- ساري، حلمي خضر (2011)، الإعلام تحول إلى سلاح فاعل ومساند لرواد التغيير السياسي، **ملجة دراسات**، الجامعة الأردنية، العدد33.
- سلامة، عبد الحافظ، (2001)، **الاتصال وتكنولوجيا التعليم**، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- شاكر، نبيل محمود وشحادة، عثمان محمود (2009)، دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالي، **مجلة الفتح**، العدد الثالث والأربعون، كلية التربية الرياضية / جامعة ديالى، كانون أول.

- شرف، عبد العزيز، (1980)، **المدخل إلى وسائل الإعلام**، القاهرة: دار الكتاب المصري.
- شمروخ، نبيل وكراسنة، دراء (2011)، دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة المرحلة الثانوية في محافظة اربد، **مجلة بحوث التربية الشاملة**، كلية التربية الرياضية للبنات جامعة الزقازيق، المجلد الأول.
- عباس، محمد (1999)، **عصر المعلومات**، القاهرة، الأهرام للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد، والخضيري (1993)، **الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري**، القاهرة :عالم الكتب.
- عبد الرحيم، طلعت حسن (1988)، **علم النفس الاجتماعي المعاصر**، القاهرة: دار الكتب المصرية.
- عليان، ربحي والدبس، محمد، (2003). **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم**. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- عويس، خير الدين علي وحسن، عطا (1998)، **الإعلام الرياضي**، ط1، ج1، القاهرة، دار الكتاب للنشر.
- العيسوي، عبد الرحمن(1997) ، **العلاج السلوكي**، بيروت : دار الراتب الجامعية.
- غرايبة، فيصل، (2004). **الخدمة الاجتماعية في المجتمعات المعاصرة**. عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.
- الفاعوري، خليل، (1985). **الشباب قضية ورعاية ودور**. عمان : مديرية الوثائق والمكتبات الوطنية.
- فهمي، نورهان منير، (1999). **القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية**. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- فهيم، لطفي، أبو العزايم عبد المنعم الجمال، (1988)، **نظريات التعلم المعاصرة وتطبيقاتها التربوية**، ط1، القاهرة، النهضة المصرية
- لبيب، سعد، (1991)، الإعلام الإذاعي وعالمية الاتصال، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد 65.

- اللحياني، خضر (2008)، **أثر الفضائيات على المراهقين في المملكة العربية السعودية**، مكة: جامعة ام القرى.
- محمود ، يوسف (2000)، **طرق الاتصال الحديثة**، عمان: دار وائل للنشر.
- مكاوي، حسين كمال والسيد، ليلى حسين (2003)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة**، الدار المصرية اللبنانية.
- نجم، طه، (1998)، **الاتصال الجماهيري**، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية.
- نصر، حسنين محمد(2001)، **مقدمة في الاتصال الجماهيري المداخل والوسائل**، ط1، بيروت، مكتبة فلاح.
- الهاشمي، مجد، (2004)، **تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري "مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة**"، عمان: دار العاصمة للنشر والتوزيع.
- واكين، أدوين، (1988)، **مقدمة إلى وسائل الإعلام**، ترجمة وديع فلسطين، القاهرة: مطابع الأهرام التجارية.

الرسائل العلمية والأبحاث:

- أبو عرقوب، إبراهيم، (1997)، التلفزيون ايجابياته وسلبياته، **ندوة دور الإعلام في التنشئة الأسرية.** عمان : جمعية العفاف الخيرية.
- أحمد، خالد أحمد (2002)، الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من (1995–2000) م، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، القاهرة، مصر.
- الأشول،عادل عز الدين (1999) دراسة للحاجات النفسية والاجتماعية لذوي الحاجات الخاصة، **ندوة الإرشاد النفسي والمهني من أجل نوعية أفضل لحياة الأشخاص ذوي الحاجات الخاصة**، جامعة الخليج العربي بالتعاون مع الجمعية العمانية للمعوقين، مسقط – عمان.
- الحسن، نديم ربحي (2008)، **إتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.

- الحمود، عبدالله (1992)، التأثير المتوقع للبث الفضائي، **بحوث في الدعوة والإعلام ودراسات**، العدد الأول، جامعة الإمام محمد بن سعود.
- عصام الدين، عادل (2000)، **دور وسائل الإعلام في امن الملاعب الرياضية- بحث ضمن أبحاث الندوة العلمية امن الملاعب الرياضية**، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- عبد العظيم، عزة (2006)، إدراك الشباب الجامعي لتأثير الفضائيات الغنائيه على اخلاقيات المجتمعات العربية: **دراسة في تأثير الشخص الثالث على طلاب جامعة الإمارات**، دراسة منشورة، **المجلة المصرية**، لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- القضاة، خالد حسن (1997)، **دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية الرياضية في المجتمع الأردني**: رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، بغداد، العراق.
- هويدا، محمد رضا (2001)، **القنوات الفضائية وعلاقتها بإتجاهات النشء نحو العنف**، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Anderson. J.A Examen critique de quelquse concepts eclairant la position de l'educateur face au medias, **Medias Education**, Renconter de la l'educateur, Actes du Symposium de juin 1988.
- Audi, R. : " **On The Conception And Measurement of Attitudes In Contemporary Anglo American Psychology**", Journal For The Theory Of Social Behaviour, 2, 179-20, 1972.
- Bern, D.J. : Beliefs, **Attitudes and Human Affairs** (Belmot Calif: Books Co). 1970.
- Fishben : A **consideration of Belief And Their Role In Attitudes In Science Education,** Ohio SMEAC Information Reference center, Dec. 1967.
- Hiroko ,Tanaka**,"Use of Local Media by foreign Graduate Students in the United Kingdom**" , Unpublished MA Thesis, (2005)
- Martin, F. : Belief, **Attitude and Behavi**
- **our. Addison wesley**, co, London 1976, P 73.
- Robison, Gordon, (June 2005). The rest of the world USC- center on public democracy, university of southern California, Los Angeles. From: **www.uscpublicdiplomacy.org**
- Romonet, Ignacio, **Propagandess silecieuses,asses, television, cinema.ed,** Galillee.Paris. 2000.
- Rubin, Alan, (1979), "**television Use by children and adolescents",** communication research, No.5.
- Shaw, M.E and Wright, J.M : S**cales for the Measurement of Attitudes**. New York, Mc Graw Hill, 1967.
- Tregoret, Rene, **La pyramide des pouvoirs et les reseaux de savoir, Rapport au parlement francais publie** le 8 Avril 1998.

- Urbahn, Keith, (July 26, 2004). **Reporting the Truth: Media Perceptions, Preferences, and Practices among Young UAE Nationals. Report submitted to the US Embassy**, Abu Dhabi, UAE.

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الطالب .. أختي الطالبة ..

تحية طيبة وبعد ،،،

تقوم الباحثة من طلبة الدراسات العليا في قسم علم الاجتماع بالجامعة الاردنية بإجراء دراسة حول

"اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية : دراسة أجتماعية . بإشراف الأستاذ الدكتور محمد الدقس .

لذا يرجى الإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة بدقة الأمر الذي سينعكس إيجاباً على نتائج الدراسة، علماً بأن جميع البيانات سيتم التعامل معها بسرية تامة.

وشكراً لحسن تعاونكم

الباحثة / الطالبة

وعد المدادحة

يرجى وضع أشارة X في المربع المناسب لاجابتك

أولاً: الخصائص النوعية

1. **الجنس:** 1. ذكر ☐ 2. أنثى ☐
2. **الكلية:** 1. العلوم ☐ 2.الأداب ☐
3. **السنة الدراسية:** 1. أولى ☐ 2. ثانية ☐ 3. ثالثة ☐ 4. رابعة ☐
4. **متوسط الدخل الشهري للأسرة:**

1. اقل من 200 ☐ 2. 200-249 ☐ 3. 250-300 ☐ 4. 301-349 ☐
5. 350-399☐ 6. 400-449 ☐ 7- 450-499 ☐ 8- 500 فأكثر☐

5. **- مكان الإقامة:** 1. مدينة ☐ 2. قرية ☐ 3. مخيم ☐ 4. بادية ☐

ثانياً: المحطات الفضائية والشباب.

6. هل تشاهد المحطات الفضائية الرياضية ؟

1. نعم ☐ 2. احياناً ☐

7. كم متوسط عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية ؟

1. اقل من ساعة ☐ 2. ساعتان ☐ 3. ثلاث ساعات ☐ 4. اكثر من ثلاث ساعات ☐

8. كم عدد ساعات مشاهدتك للمحطات الفضائية الرياضية تحديدا ؟

1. اقل من ساعة☐ 2. ساعتان☐ 3. ثلاث ساعات☐ 4. اكثر من ثلاث ساعات ☐

9. لماذا تشاهد المحطات الرياضية دون غيرها من المحطات الفضائية الاخرى؟

1. للتسلية والترفيه ☐
2. المتابعة الاخبار الرياضيه ،ومعرفة ماهو جديد ☐ 3. المشاركة بالمسابقات والدردشة ☐

10. ماهي المحطات الفضائية الرياضية التي ترغب بمشاهدتها اكثر؟

1.الجزيرة الرياضية ☐ 2.دبي الرياضية ☐ 3.قناة الكأس ☐

4. قنوات رياضية اخرى ☐

ثالثاُ: مقياس اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية نحو المحطات الفضائية الرياضية .

ضع اشارة (√) مقابل العبارة وضمن درجة الموافقة التي تتفق واتجاهاتك :-

العبارات	موافق	محايد	معارض
1. المحطات الفضائية الرياضية مفيده ونافعه			
2. المحطات الفضائية الرياضية مليئة بالبرامج المسلية والممتعة			
3. تبث المحطات الرياضية العربيه اخبار وتغطيات لجميع انواع الرياضة			
4. تدعو الى المساواة بين الرجل والمرأة			
5. ترفع مستوى الذوق العام لدى الفرد			
6. المحطات الرياضية تغنيني عن متابعة المحطات الفضائية الآخرى			
8. الوقت الذي أقضيه بمتابعة المحطات الفضائية الرياضية لا يؤثر سلبا على تحصيلي العلمي			
9. الهدف الرئيسي للمحطات الفضائية الرياضية السمو بذوق الشباب الرياضي من خلال تقديم البرامج الرياضية المتنوعه			

رابعاً:اتجاهات طلبة الجامعة نحو الألعاب الرياضية بشتى أشكالها ؟

ضع اشارة (√) مقابل العبارة وضمن درجة الموافقة التي تتفق واتجاهاتك :-

العبارات	موافق	محايد	معارض
1. للفضائيات الرياضيه اسلوب شيق في طريقــة عــرض المباريات			
2. هي تتناول موضوعات وأنشطة رياضية متعددة			
3. مشاهدة الألعاب الرياضيه تبعد الملل والوحدة			
4. يتولد لدي الشعور بالراحة عند مشاهدة الأنشطه الرياضيه			
5. لاتتعارض مع القيم الاخلاقية			
6. تشجع الشباب على تقليد مشاهير اللاعبين والمذيعين			
7. لا تتعارض مع القيم الدينية			

خامساً:اهمية المحطات الفضائية الرياضية بالنسبة للشباب

ضع اشارة (√) مقابل العبارة وضمن درجة الموافقة التي تتفق واتجاهاتك :-

العبارات	موافق	محايد	معارض
1. التسلية والمتعة			
2. التمثل بالقيم والسلوكيات التي تقدم من خلالها والتي تتفق مع روح العصر			
3. تقليد الشباب للاعبين والمذيعين الذين يظهرون على شاشة المحطات الرياضية			
4. تعرف الشباب على احدث البرامج الرياضية			
5. ليس للفضائيات تأثير سلبي على الترابط العائلي			
6. لا تعود بالفائدة على الشباب في المستقبل			

ATTITUDES OF JORDAN UNIVERSITY STUDENTS TOWARDS SPORT SATELLITE STATIONS
"SOCIAL STUDY "

By

Waed Ayman Al-Madadha

Supervisor

Mohamed El-Daks

Abstract

The study aimed to identify trends in student University of Jordan towards the satellite sports, where the use of social survey method, may be a study population of students from the University of Jordan Faculty of Educational Sciences and the Faculty of Arts, and the study sample random sample of “200” students from the faculties of Education Sciences and the Faculty of Arts who are in undergraduate from 2012 to 2013.

The questionnaire was designed to gather data of the study so that contained questions and paragraphs measure the relationship between the variables of the study so that they are appropriate for the purposes of the study, data was collected for that study, and to answer questions about the study was the use of descriptive statistics and analytical analysis of the results of the study, to extract the arithmetic means and standard deviations each area and each paragraph, as well as the use of t-test and analysis of variance (ANOVA).

The study showed the presence of statistically significant differences in the importance of space stations sports for young people due to the variable college, it was the difference for the benefit of students of the Faculty of Educational Sciences, was not clear and there are differences statistically significant trends in students the University of Jordan toward space station sports, and trends in students the University of Jordan about games Sports in various forms, as the results indicated the existence of an agreement in the views of the attitudes of students by the Faculty of Science and Faculty of Arts Aalterboah towards these themes.

The study also showed the presence of statistically significant differences in the trends of students the University of Jordan toward space station sports, due to the variable place of residence, and found differences in the views of the attitudes of

students by place of residence, and when to identify their views on the place of residence were differences tend to reside in cities, Students who live in the city was familiarity in sports more than living in the countryside and villages and refugee camps.

On the other hand, the study showed the presence of statistically significant differences in the trends, due to the variable place of residence, there is a difference in views of the trends as a whole, and when you recognize their views by place of residence were differences heading towards the city, Students who live in the city was familiarity in sports more of living in villages and rural areas and camps.

It was not clear any statistically significant differences in the attitudes of students towards sports in its various forms, and about the importance of space stations sports for young people due to the variable place of residence. Based on the results of the study the researcher recommends the following:

-Work to raise awareness and sports culture among young people, and follow the sport more so as to relieve the suffering of the student study and other charges.

-Work on the establishment of other space stations to broadcast in turn elevate what is fun and interesting, according to what you are doing Jazeera television station.

-Work to build a hall inside the University of Jordan to broadcast sports programs to entertain the students in their spare time, rather than go to the squares, and spend most of the leisure chatter That would alleviate the problem of campus violence that occurs between now and then.